

# POLÍTICAS DE PARTICIPACIÓN OMNICANAL HOT SALE 2024

## USO DE MARCA:

### Uso del logo y marca de HOT SALE en campañas propias y omnicanal

- ★ Las marcas participantes en HOT SALE podrán hacer uso de la marca y logo en sus propias campañas físicas y digitales a partir del 1 de abril. A diferencia de años anteriores, desde ese día podrán dar a conocer sus promociones, ofertas/precios específicos o finales que tendrán durante la temporalidad pero debe estar claro en sus creativos que esas ofertas y precios son vigentes a partir del primer día de HOT SALE (15 de mayo) y con vigencia hasta el último día de HOT SALE (23 de mayo). También, incentivamos que realicen dinámicas que promuevan sus ventas antes de la temporalidad por beneficios exclusivos a redimir dentro de la vigencia HOT SALE, p.e. “En compras mayores a mil pesos, se te dará un cupón de 200 pesos a redimir en HOT SALE del 15 de mayo al 23 de mayo”.
- ★ Las marcas que previamente han participado en HOT SALE y piensan hacerlo en 2024 pueden siempre tener su minilanding activa de HOT SALE con la marca y el logo para que así tengan un buen SEO con la condición que en esa página sea claro que el evento no está activo y estén las fechas del evento para que el usuario final sepa las fechas de la temporalidad. Se debe puntualizar que cualquier promoción que pudieran encontrar en esa página fuera de la temporalidad no está asociada a HOT SALE.

### Ejemplos de creativos:



### Exclusividad de la AMVO para el uso de la palabra “HOT SALE” en Google:

- ★ El término “HOT SALE” en Brand Terms en Google es exclusivo para uso de la AMVO y la campaña institucional en favor de todos los participantes.
- ★ Como marcas participantes solo pueden usar **HOT SALE + MARCA**, pero no pueden apostar por “HOT SALE” **solo**, ya que los costos aumentan y esto se ve impactado en el volumen de clickouts que reciben del sitio de HS, así como también se pierde relevancia en el impression share.

Queda estrictamente prohibido a todo participante hacer uso del término o uso de Marca con la palabra "HOT" **previo al evento para hacer una campaña de promoción** que no sea el propio nombre o logo del evento HOT SALE; no se permite hacer uso de algún slogan u otro logo con la palabra "HOT", ya sea HOT WEEK, HOT PRECIOS, HOT DAYS, HOT DEALS, etc. o algún alusivo similar para promocionar alguna oferta/promoción previo al inicio de la campaña; como industria debemos de promocionar y comunicar que ya viene el evento para generar expectativa pero no confundir al consumidor y desgastar a la campaña de HOT SALE.

## Deadline para garantizar el goce de todos sus assets y beneficios

Para asegurar que los todos los assets de los patrocinios de las empresas participantes tengan el mayor impacto posible y estén correctamente integrados en la estrategia 360 de la campaña es necesario que nuestros equipos y agencias de trabajo cierren sus parrillas de contenido y diseño, por lo que no se podrá garantizar su incorporación a los assets fuera de la página [hotsale.com.mx](https://hotsale.com.mx) si de su parte no recibimos los materiales necesarios el 26 de abril.

## Comunicación del evento a sus propias Bases de Datos

Es requisito que TODAS las empresas comuniquen su participación en el evento de forma exclusiva a sus propias bases de datos vía email y redes sociales en DOS fechas previas a HOT SALE 2024. Esta comunicación debe llevar tráfico hacia [hotsale.com.mx](https://hotsale.com.mx) y dar a conocer las fechas del mismo (15 de mayo al 23 de mayo):

Fecha de la primera comunicación vía mail y RRSS: **22 de abril** \*Fecha por confirmar

Fecha de la segunda comunicación vía mail y RRSS: **13 de mayo**

El 18 de abril será la conferencia de prensa y kick off oficial de HOT SALE 2024, fecha en la cual se hace la presentación a todos los medios y se comunica en todos los canales y bases de datos el lanzamiento/apertura de la nueva edición de la campaña y se presenta el sitio de este año ya con los logos de las empresas participantes de HS 2024.

Queremos lograr que todos juntos hagamos la mayor cantidad de difusión posible, y generar un mayor awareness, por lo que TODAS las empresas deben realizar estas acciones de marketing asegurándose que en todas las comunicaciones exista como mínimo un Call to Action (botón) que re-direccionen al sitio [hotsale.com.mx](https://hotsale.com.mx).

Estas publicaciones deben de generar expectativa ("Ya viene") y deben ser enviadas con información general como:

- ★ Fechas del evento
- ★ Logo de HOT SALE mencionando su participación oficial
- ★ Slogan del evento
- ★ Hashtags oficiales

\*Pueden o no utilizar los formatos de diseño oficiales, pero cumpliendo con la información antes mencionada.

Las empresas que envíen comunicación tanto a su BBDD de email como en redes sociales y llenen **este formulario** con los testigos para demostrar la realización de las mismas en las dos fechas señaladas serán acreedoras a 5 OFERTAS HOT de cortesía en PULIP, que tienen un valor comercial de 1,700 MXN.

## LLENADO DE ENCUESTA DE RESULTADOS

Una vez finalizado el evento, todas las empresas participantes deberán de forma obligatoria contestar una encuesta anónima rápida de resultados y otra más extensa realizada por [Nielsen] con el objetivo de consolidar un reporte general de resultados de la campaña y el cual será compartido el reporte extenso, sólo a todas aquellas empresas que participen.

## OBSERVACIONES HOT SALE 2024

- ★ Es requisito que todas las empresas participantes liquiden al 100% el pago de sus patrocinios y espacios adicionales antes del **8 de mayo**.
- ★ Toda empresa con patrocinio/sponsor pagado, podrá hacer uso del logo, nombre, marca y slogan de HOT SALE de manera oficial iniciando la pre-campaña el 1 abril si ya están facturados y las empresas que reciban su factura posterior al 1 de abril podrán hacer uso de la marca y logo hasta que sus patrocinios estén facturados. **El último día para hacer uso de la marca y logo será el 23 de mayo al finalizar el evento.**
- ★ **Se podrán realizar estrategias OMNICANAL siempre y cuando su oferta online sea mejor o igual que en tiendas físicas, también se podrá tener comunicación del evento/marca en estos espacios pero siempre se debe de dar mayor relevancia/peso o importancia al canal de ventas online.** (ver en hoja 4 todas las reglas)
- ★ Toda comunicación, posicionamiento y tamaño de los logos se harán de acuerdo al NIVEL de sponsor/patrocinios por categoría contratado y lo que incluya dichos paquetes.
- ★ Todas las empresas deberán auto-administrar y subir al sitio toda su información y contenido mediante el CMS (Pulip) con accesos personalizados por empresa que les serán asignados y cumplir con las fechas límites.
- ★ Los links/URL que se publiquen, deberán contener la oferta para el usuario final. No se podrá derivar el tráfico a un sitio de terceros, a menos que ese comercio también participe en el evento.
- ★ Cada membresía AMVO otorga el beneficio de participar sin el fee de "No miembro AMVO" hasta para 4 marcas que sean del mismo holding. A partir de la quinta, se pagará un extra por cada marca o se deberá adquirir otra membresía para obtener los beneficios de la membresía.
- ★ A partir de que se les haya facturado, podrán subir su información al CMS y su logo y ofertas serán clickeables para que puedan aprovechar las visitas previas que tiene el sitio de HS.
- ★ Los marketplaces o empresas multicategoría deberán escoger una Categoría Principal para que su logo tenga presencia dentro de esa landing de categoría; si desean aparecer en más landings de categorías, tendrán que contratar por separado y de forma individual la presencia en cada una de las categorías en las que se tenga oferta de productos o servicios.
- ★ Todos los precios son más IVA. A partir del **22 de abril**, todos los precios por paquete que no hayan sido facturados tendrán un costo extra del 5% por concepto de "Late Bird", y a partir del **1 de mayo** será del 10%.
- ★ La fecha límite para inscribirse y pagar es el **8 de mayo**.
- ★ No hay reembolsos, devoluciones parciales ni totales por sus patrocinios/sponsors.

- ★ **Los pagos tendrán que ser liquidados ANTES del evento** para poder dejar su logo arriba en el sitio y en toda comunicación con uso de su logo (si aplica).

## POLÍTICAS GENERALES

1. Tener mínimo 1 año en el mercado con la misma razón social o acreditar historial.
2. Contar en su sitio con:
  - ★ Un carrito de compra donde se lleve a cabo la venta en línea dentro de su sitio de eCommerce o captación de leads.
  - ★ Aviso de Privacidad actualizado, no mayor a seis meses.
  - ★ Términos y Condiciones de uso -o Aviso Legal- actualizado, no mayor a seis meses.
  - ★ Como mínimo tener dos puntos de contacto efectivos con el consumidor como: teléfono, correo electrónico, dirección física, chat en línea y redes sociales actualizadas.
  - ★ Tener instalado un candado de encriptación conocido como Secure Socket Layer (SSL) al momento de solicitar cualquier dato de contacto, bancario o de información sensible de los clientes así como garantizar la confidencialidad en el manejo de la información.
3. En caso de ser requerido, tendrán que subir al Content Manager System (CMS) del sitio de HOTT SALE (plataforma Pulip) la siguiente documentación:
  - ★ Copia del acta constitutiva o copia de inscripción al Registro Público de Comercio.
  - ★ Copia de comprobante de domicilio con antigüedad no mayor a dos meses.
  - ★ Copia de cédula del Registro Federal de Contribuyentes.

Es indispensable aceptar los Términos de la Carta Compromiso de HOT SALE 2024 y la Políticas de Participación incluyendo las de la Preventa del Main Sponsor (se enviarán por separado en un email), ambos documentos se firman de forma electrónica con “checkbox” al acceder por primera vez a la plataforma de Pulip (CMS) del sitio.

## TIPS Y GUÍA DE MEJORES PRÁCTICAS

**Involucren a toda su empresa y denle la importancia necesaria al evento.** Creen una estrategia y objetivos a lograr con al menos un mes de anticipación.

**Prepárense para el evento.** Hay que tener una landing con logo y fechas de HOT SALE 2024 / Capturar Leads / Hablar de sus promociones y beneficios de manera general para generar expectativa y calentar las futuras ventas.

**Tengan las mejores ofertas/descuentos posibles del año para el evento.** Hay que tener diferentes tipos de promociones e impulsar productos ganadores para maximizar la conversión, así como asegurarse de contar con el stock necesario.

**Preparen su sitio Mobile Friendly** para que puedan convertir este tráfico (+85% mobile).

**Recuerden tener en orden y actualizados los siguientes datos:** T&C, avisos de privacidad, datos de contacto para los clientes, como menciona el Monitoreo de Tiendas Virtuales de la Profeco e inscribáse a Conciliaexpress.

**Comuníquense con sus proveedores** (bancos, empresas de logística) para estar preparados para la fuerte demanda y fortalecer la estrategia anti fraudes.

**IT / Sistemas:** Hacer Stress tests, pruebas de velocidad, optimizar uso de base de datos, usar caché del navegador, optimizar imágenes y hacer uso eficiente de tags para su analytics.

**Tengan definido un presupuesto adicional** para invertir en medios y aprovechar todos los esfuerzos de 2024: TV, Search, Display, Retargeting, CRM, Newsletters, etc.

**Vistan sus Redes Sociales con los artes de HOT SALE.** Utilicen los hashtags de #HotSale, #HotSaleMX, y los que se definan de acuerdo al Slogan del evento.

Sobre todo, **den un gran servicio al cliente por todos los canales posibles y brinden una experiencia inolvidable**, ya que en esta temporalidad tendrás muchos visitantes nuevos.

## CONTEXTO SOBRE LA OMNICANALIDAD EN MÉXICO

La pasada edición el 60% de las empresas participantes realizaron algún tipo de estrategia Omnicanal para el evento.

El comprador mexicano está muy habituado a realizar compras desde varios canales (online y físico); aunque existe un gran potencial de asimilación en sus compras: 90% buscan y comparan precios en Internet, pero después compran directamente en la tienda (webrooming). 87% buscan y comparan precios en la tienda física, pero después compran por Internet. 83% primero buscan el producto por Internet, luego van a la tienda a verlo y tocarlo para finalmente comprarlo por Internet.

Los retailers mexicanos ya implementaron muchas estrategias de omnicanalidad, como por ejemplo, click and collect. 8 de cada 10 empresas participantes en HOT SALE, están interesadas en extender las promociones de HOT SALE a tiendas físicas.

## REGLAS HOT SALE 2024 | EVENTO 100% OMNICANAL

- ★ Plan de comunicación enfocado a las ventajas de comprar en línea.
- ★ Publicación de guía de buenas prácticas de omnicanalidad para promover la venta en línea aprovechando las tiendas físicas.
- ★ Contar con un URL que permita finalizar la compra o hacer captación de leads
- ★ Se podrán realizar estrategias omnicanal siempre y cuando su oferta online sea mejor o igual que en tiendas físicas, también se podrá tener comunicación del evento/marca en estos espacios.
- ★ Es importante tener material de comunicación en el punto de venta físico: kioscos, posters, displays, TV, iPads, billboards de la tienda, entre otros. Estos materiales deben promover tu comercio electrónico mencionando tu sitio web oficial. ejemplo: [www.marca.com](http://www.marca.com)

- ★ Debes promover la practicidad de compra en línea, por lo menos alguno de los siguientes mensajes: catálogo extendido, compra 24/7, compra donde quieres o entrega en todo el país.
- ★ Ofrece servicios/comunicación de omnicanalidad como por ejemplo: recolección en tiendas de las compras por internet, devolución en tiendas de las compras por internet, reserva por internet y compra en la tienda, cuenta con personal capacitado para promover la compra en línea.