

ENERO

Objetivo del Mes

El Despegue Estratégico – Combatiendo la "Cuesta" con Creatividad

Bienvenido al primer mes de tu transformación. Enero suele ser percibido en el sector del ocio nocturno como un mes "difícil". En el hemisferio norte, el frío y el agotamiento económico tras las navidades (la famosa cuesta de enero) retraen al público. En el hemisferio sur, el calor y las vacaciones desplazan el consumo hacia zonas costeras o turísticas.

Sin embargo, para un experto en marketing, **enero no es un mes de pérdida, es un mes de fidelización.**

Mientras tu competencia se queja y "apaga" sus motores esperando a febrero, tú vas a construir una comunidad tan sólida que tus clientes te elegirán a ti por encima de cualquier otra opción de ahorro. Este mes trata de ser el "refugio" o el "punto de encuentro" inevitable.

El gran objetivo de enero no es necesariamente batir récords de facturación, sino **maximizar la retención de clientes.** Queremos que la gente que te visitó en Navidad no te olvide y que los nuevos visitantes se conviertan en "locales" habituales.

En España, aprovecharemos el impulso de los Reyes Magos y las rebajas. En el sur, aprovecharemos la energía del verano y las vacaciones. En ambos casos, el enfoque es el mismo: **ofrecer valor emocional y cercanía** para que el cliente sienta que gastar su (tal vez reducido) presupuesto de ocio en tu local es la mejor inversión de su semana.



1. Visibilidad y Presencia Online

a) Perfiles Digitales

Empezamos el año limpiando la casa digital. Tu **Perfil de Empresa de Google** es tu comercial 24/7. Si alguien busca "donde tomar una copa" o "discoteca cerca de mí", debes ser la primera opción no solo por cercanía, sino por frescura.



Actualización de Horarios

Es vital que reflejes si hay cambios post-vacaciones. Nada genera más odio en un cliente que llegar y encontrarlo cerrado cuando Google decía "Abierto".



Fotos "Frescas"

Sube al menos 5 fotos nuevas esta semana. No uses fotos vacías. Sube fotos de la última fiesta de fin de año o de los Reyes. El algoritmo de Google premia la novedad.



Tripadvisor y Directorios

Si estás en una zona que recibe turismo de verano o turismo de escapada invernal, asegúrate de que tu descripción mencione "El mejor ambiente de enero en [Nombre de tu ciudad]".

b) Promoción en Medios e Influencers

No busques a la gran estrella de Instagram. Busca al **micro-influencer local** que siempre sale y que sus seguidores le preguntan "¿A dónde vamos este finde?".

- ① **La Acción:** Contacta con 3 cuentas locales de planes (ej: "Madrid Secreto", "Qué hacer en Bogotá", o el blogger de tu barrio). Ofreceles un **"Pack de Supervivencia de Enero"** — una mesa reservada con una promoción especial — a cambio de que cuenten en sus historias que tu local es el sitio con mejor energía para arrancar el año.

"El micro-influencer local tiene la confianza que ningún anuncio de pago puede comprar."

2. Redes Sociales

Este mes vamos a publicar **4 veces por semana**. El tono debe ser cercano, casi como un amigo que te invita a su casa.

Semana 1: El Post-Fiesta

Post 1 · Imagen/Carousel

"Lo que dejó el brindis". Fotos de gente sonriendo en la última gran noche. Etiqueta a los que aparezcan. Genera nostalgia positiva.

Post 2 · Interacción

"¿Cuál es tu propósito de año nuevo que vas a romper este viernes en nuestro bar?". Usa las encuestas de Instagram Stories.

Post 3 · Equipo

Presenta a tu equipo de barra. "Ellos son los que harán que te olvides de la cuesta de enero". Humanizar el negocio genera conexión.

Post 4 · Ambiente

Foto del local con buena iluminación. "El refugio perfecto contra el frío" o "El oasis para tu verano".

Semana 2: Foco en el Producto

Post 1 · Proceso

El proceso de creación de tu cóctel estrella o cómo tiras la cerveza perfecta. El detrás de las cámaras engancha.

Post 2 · TBT


"Throwback Thursday" de la mejor fiesta del año pasado. "Queremos repetir esto este sábado".

Post 3 · UGC

User Generated Content. Comparte una foto que un cliente haya subido y etiquetado. Es la mejor prueba social.

Post 4 · Promoción

Promoción de la semana explicada de forma sencilla y directa.

 Repite dinámicas similares las **semanas 3 y 4**, variando los protagonistas y adaptando el tono a la energía del momento.

3. Contenido en Vídeo

El vídeo corto (Reels, TikTok, Shorts) es el que te traerá **clientes nuevos que no te siguen**. No te compliques con la edición; busca el ritmo.



El "POV"

Graba caminando desde la puerta hasta la barra con música tendencia de fondo. *"POV: Acabas de entrar al mejor plan de tu ciudad"*. Inmersivo y magnético.



Transición de Copas

Pon una copa vacía, haz un corte, y que aparezca llena y decorada. Simple y efectivo. El contraste visual detiene el scroll al instante.



El DJ en 15 Segundos

Un clip rápido del drop de una canción con las luces del local a tope. La sensación de movimiento es clave para transmitir energía.



Brindis Colectivo

Un vídeo de 5 segundos de un grupo chocando las copas. Es el lenguaje universal del ocio. Corto, poderoso y compartible.

4. Base de Clientes

Si en enero el algoritmo de Instagram decide no mostrar tus posts, **tu lista de WhatsApp o correo te salvará**.

Acción de captación: Instala un pequeño cartel (o QR) en la barra que diga: *"¿Quieres saltarte la cuenta de enero? Únete a nuestro Club VIP y recibe una invitación exclusiva cada semana de este mes"*.

Qué enviar en Enero:

Semana 1

"Regalo de Reyes: Solo para los de esta lista, vuestra primera ronda este viernes tiene sorpresa".

Semana 3

"Sabemos que el lunes es el Blue Monday. Ven este finde y te demostramos que aquí no existe la tristeza".

5. PROMOCIONES, CAMPAÑAS Y PROGRAMAS

Para fomentar la recurrencia — que vuelvan varias veces — lanza el **Pasaporte de Supervivencia**.

01

La Mecánica

Una tarjeta física o digital (puede ser un mensaje de WhatsApp guardado) que sellas cada vez que vienen en enero.

02

El Premio

"3 visitas en enero = 1 botella/copa/descuento especial para la primera fiesta de febrero".

03

Por Qué Funciona

Conviertes la visita ocasional en un juego de lealtad. El cliente siente que está "acumulando valor" en un mes donde todo parece gasto.

6. COLABORACIONES LOCALES / NETWORKING



Objetivo

Enero es el mes de los nuevos propósitos. ¿Quiénes están llenos en enero? **Los gimnasios.**

Contacta con el gimnasio o academia de baile más cercana.



Idea

Propón una "Noche de Recompensa". Ellos regalan a sus alumnos un pase especial para tu local, y tú puedes ofrecer una bebida saludable o un descuento en la primera copa para sus socios.



Acción

El objetivo es cruzar públicos: ellos dan un beneficio extra a sus clientes y tú recibes gente nueva con energía positiva.

7. EVENTOS

No hagas "fiestas porque sí". Haz fiestas que den un **motivo para salir de casa**.

Semana 2

La Noche de los Deseos

Incumplidos: Un mural donde la gente escribe ese propósito que ya sabe que no va a cumplir. Divertido, genera conversación y contenido para redes.

Semana 3

Fiesta de Rebajas / Garage Party:

Decoración con carteles de "Rebajas" y precios especiales en cubos de cerveza o combos de botellas.

LatAm

Tardeo de Verano: Si el clima acompaña, potencia el horario de tarde (17:00–21:00) con música relajada y promociones en bebidas refrescantes.

8. MEJORA DE EXPERIENCIA DE CLIENTE

En enero, el cliente es más selectivo con su dinero. La atención debe ser impecable para que sienta que vale la pena.

1

Check-in de Bienvenida

Instruye a tu personal para que saluden de forma personalizada: *"¡Qué bueno verte de nuevo para empezar el año con nosotros!"*

2

Comodidad

Si hace frío, asegúrate de que el ropero funcione a la perfección o que la climatización sea la adecuada. El confort físico es la base del disfrute.

3

Detalle VIP

Ofrece un pequeño snack o "chupito de cortesía" al llegar. Ese gesto de "invita la casa" en un mes de ahorro se recuerda mucho más que en cualquier otra época.

9. ACCIÓN ESPECIAL DEL MES



Concurso Rápido

"*Tu opinión vale una ronda*". Todos los que dejen una reseña en Google Maps durante el fin de semana contando su experiencia favorita en el local entran en el sorteo de un reservado para febrero.



Comentario Ingenioso

Dedica 10 minutos al día a comentar en posts de Instagram de tu ciudad (noticias locales, eventos deportivos). No vendas tu bar, solo deja comentarios simpáticos o útiles. Eso hará que la gente haga clic en tu perfil por curiosidad.

10. FECHAS INTERESANTES



1 de Enero

Año Nuevo — Resaca nacional, ideal para contenido de humor y cercanía.

5 y 6 de Enero

Noche y Día de Reyes (España y parte de LatAm). El último gran "reventón" de la temporada.

Segunda Semana

Inicio de las Rebajas — Oportunidad de "Precios de Rebaja" en el local.

~20 de Enero

Blue Monday — El día más triste del año. Tú debes ser la cura.

Finales de Mes

Operación "Fin de Exámenes" para universitarios. Prepara una fiesta de liberación.

Reflexión del Mes:

Enero es el mes para sembrar. Cada cliente que trates con excelencia este mes, será el que llene tu local en los meses de bonanza. No recortes en marketing ahora; es cuando más necesitas diferenciarte de los que se rinden. **¡A por ello!**