

## CONFIGURACIÓN DE PERFILES DE VENTA CRUZADA

La venta cruzada es una técnica comercial particularmente adaptada a Internet, que permite proponer al cliente interesado por un producto, un conjunto de otros productos cruzados complementarios en los que también podría estar interesado.

SecuTix permite configurar diferentes perfiles de venta cruzada. En este documento presentaremos los diferentes tipos y explicaremos cómo configurarlos.

### 1) Venta cruzada dentro de la cesta (cross-selling)

En la venta cruzada dentro de la cesta (cross-selling) se proponen una serie de artículos en relación con el contenido de la cesta de compra.

Si deseamos que los productos que se ofrezcan sean productos que están también a la venta de forma individual entonces estaremos hablando de venta cruzada. En caso de desear ofrecer productos que no se venden de forma individual estaremos hablando de venta cruzada condicional.

Para configurar el perfil de venta cruzada vamos, dentro del contexto de organismo, a “Catálogo → Perfiles de venta cruzada”.

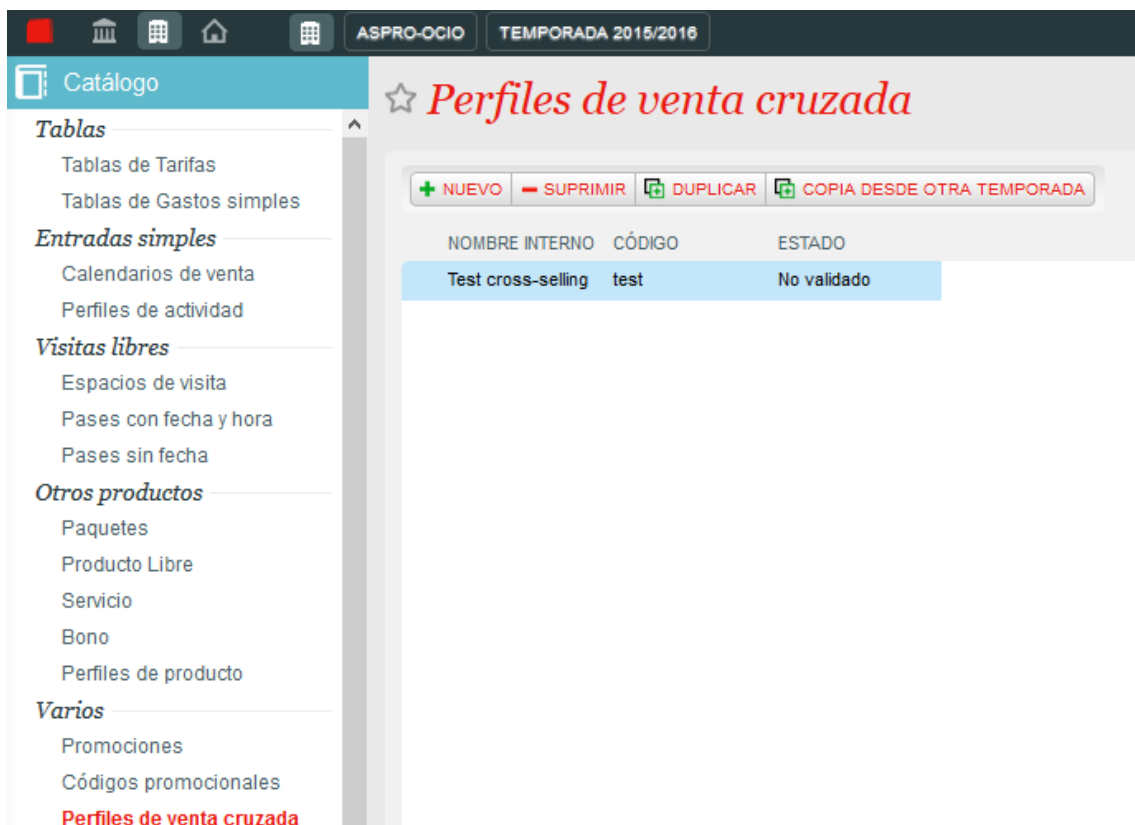


Figura 1. Menú principal de gestión de perfiles de venta cruzada.

Seguidamente pinchamos en “+Nuevo” y completamos los datos de la ventana emergente.

- Submenú “General”: Completamos el nombre interno y el código.

- Submenú “venta cruzada”: Configuración de las reglas de la venta cruzada. Para crear una nueva regla pinchamos en “+Nuevo” y en la ventana emergente completamos los siguientes campos:
  - Submenú “General”:
    - Tipo: Venta cruzada (o venta cruzada condicional según lo explicado anteriormente).
    - Nombre público: Nombre de la venta cruzada que se mostrará al público.
    - Descripción pública: Descripción de la venta cruzada que se mostrará al público.
    - Rango: Posición en la que se desea mostrar la venta cruzada en caso de que haya más de una configurada.
    - Fecha de inicio: fecha en la que se desea que comience la venta cruzada de forma automática.
    - Hora de inicio: hora en la que se desea que comience la venta cruzada de forma automática.
    - Fecha de fin: fecha en la que se desea que finalice la venta cruzada de forma automática.
    - Hora de fin: hora en la que se desea que finalice la venta cruzada de forma automática.
  - Submenú “Productos base”: En esta pestaña se configura el producto base que, una vez añadido a la cesta, activará la visualización de la venta cruzada. Para añadir un producto base (puede haber más de uno) pinchamos en “+Nuevo” y rellenamos los datos de la ventana emergente (familia de producto, organismo y temporada). Seguidamente, en la ventana posterior seleccionamos los distintos productos que queramos añadir (para seleccionar más de uno mantener la tecla CTRL pulsada mientras se van pinchando).



*Venta cruzada: Test cross-selling > Venta test*

General  
**Productos base**  
 Productos cruzados objetivo  
 Validación

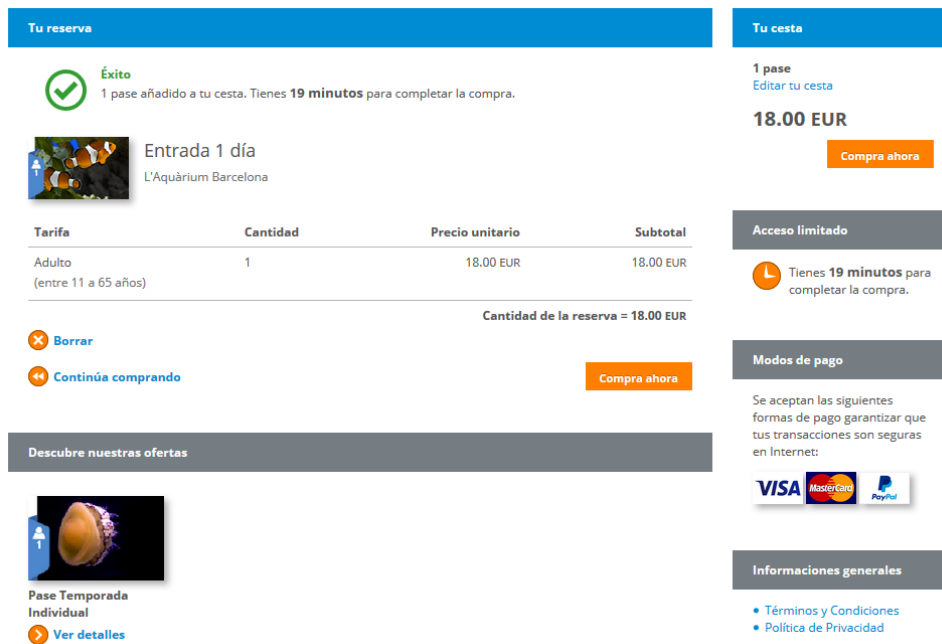
+ NUEVO - SUPRIMIR

ORGANISMO	TEMPORADA	FAMILIA DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD MÍN.
OCEANWORLD	Temporada OCEANWORLD 2015/2016	Pases sin fecha	Entrada 1 día	1
OCEANWORLD	Temporada OCEANWORLD 2015/2016	Pases sin fecha	Bono Individual	1


*Figura 2. Selección de productos base para la venta cruzada.*


- Submenú “Productos cruzados objetivo”: En esta pestaña se seleccionan los productos que se mostrarán como sugerencias en la venta cruzada. Para añadir uno o más productos objetivo pinchamos en “+Nuevo” y rellenamos los datos de la ventana emergente al igual que se ha realizado para los productos base.
- Submenú “Validación”: Para activar la venta cruzada es necesario realizar la validación.
- Submenú “Asignación de los canales de venta”: En este submenú indicamos los canales en los que deseamos activar la venta cruzada configurada.

- Submenú “Validación”: Para activar la venta cruzada es necesario realizar validación.



**Tu reserva**

 **Éxito**  
 1 pase añadido a tu cesta. Tienes **19 minutos** para completar la compra.

 **Entrada 1 día**  
 L'Aquàrium Barcelona

Tarifa	Cantidad	Precio unitario	Subtotal
Adulto (entre 11 a 65 años)	1	18.00 EUR	18.00 EUR

Cantidad de la reserva = 18.00 EUR

[Borrar](#)
[Continúa comprando](#)
[Compra ahora](#)

---


**Tu cesta**

1 pase  
[Editar tu cesta](#)

**18.00 EUR**




[Compra ahora](#)

**Acceso limitado**

 Tienes **19 minutos** para completar la compra.

**Modos de pago**

Se aceptan las siguientes formas de pago garantizar que tus transacciones son seguras en Internet:

**Informaciones generales**

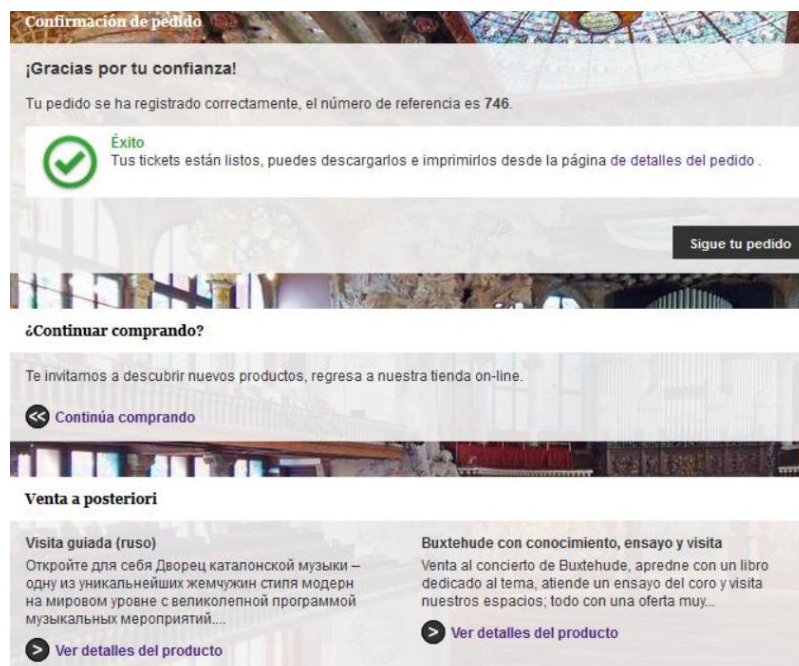
- [Términos y Condiciones](#)
- [Política de Privacidad](#)

Figura 3. Ejemplo de venta cruzada mostrada en el ticketshop.

## 2) Venta a posteriori

En la venta a posteriori el producto objetivo se mostrará una vez se haya completado el pago del producto base.


La configuración de la venta cruzada es exactamente la misma que en el punto anterior salvo que deberemos seleccionar “Venta a posteriori” en el tipo de venta cruzada.



**Confirmación de pedido**

¡Gracias por tu confianza!


Tu pedido se ha registrado correctamente, el número de referencia es 746.

 **Éxito**  
 Tus tickets están listos, puedes descargarlos e imprimirlos desde la página de detalles del pedido.

[Sigue tu pedido](#)

**¿Continuar comprando?**

Te invitamos a descubrir nuevos productos, regresa a nuestra tienda on-line.

 [Continúa comprando](#)

**Venta a posteriori**

**Visita guiada (ruso)**

Откройте для себя Дворец каталонской музыки – одну из уникальнейших жемчужин стиля модерн на мировом уровне с великолепной программой музыкальных мероприятий...

[Ver detalles del producto](#)

**Buxtehude con conocimiento, ensayo y visita**

Venta al concierto de Buxtehude, aprende con un libro dedicado al tema, atende un ensayo del coro y visita nuestros espacios; todo con una oferta muy...

[Ver detalles del producto](#)

Figura 4. Ejemplo de venta a posteriori.

### 3) Flechazo

La venta cruzada de tipo “flechazo” es igual que la venta cruzada, salvo que los productos objetivo se muestran en el menú lateral en lugar de la parte inferior de la cesta.

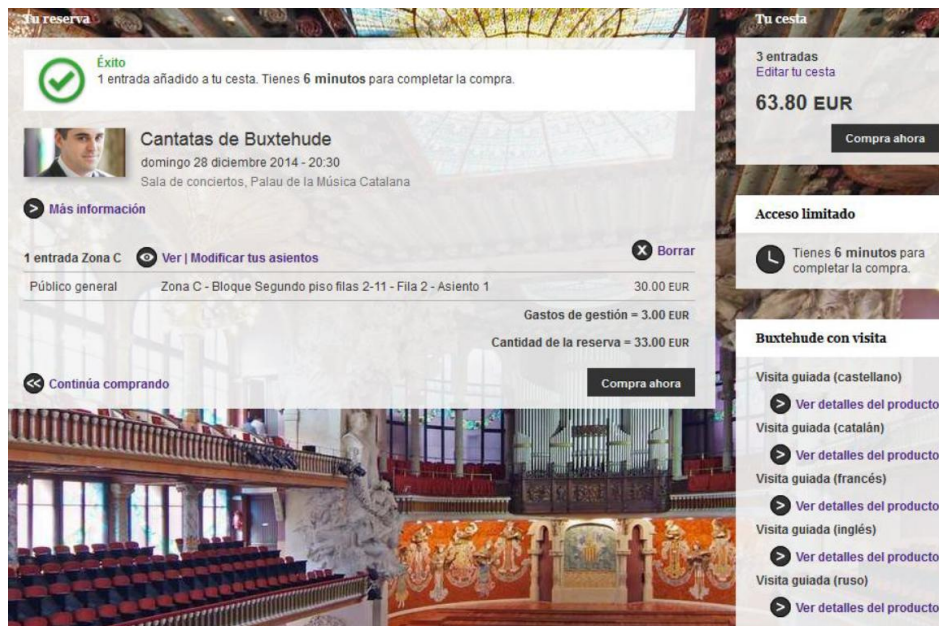


Figura 5. Ejemplo de venta cruzada de tipo “flechazo”.

### 4) Venta superior (upselling)

En la venta superior el objetivo es intentar elevar la categoría del producto que se pretende adquirir. El producto objetivo se muestra, en este caso, en el primer paso de selección del producto, es decir, en el momento de selección del número de elementos que se desea adquirir y la subcategoría de público de cada uno de ellos.

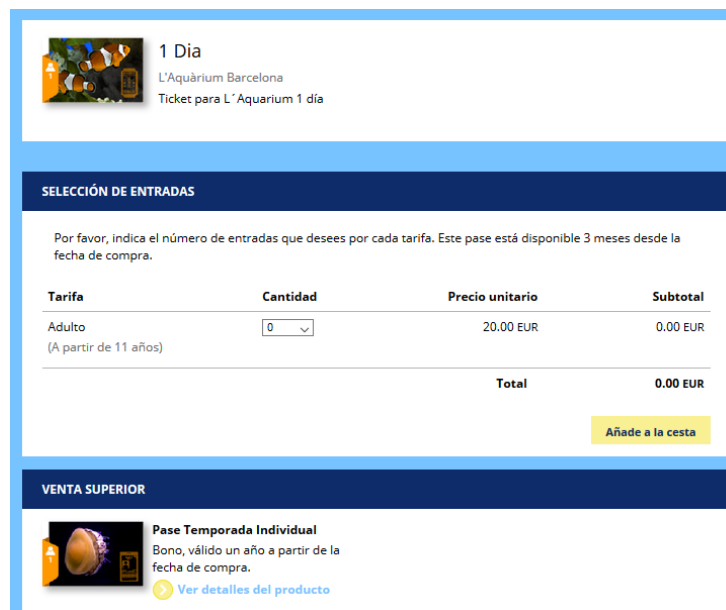


Figura 6. Ejemplo de venta superior.