

CÓMO CREAR

OFERTAS IRRESISTIBLES



Alfredo Guia | Consultor Digital
@AlfredoGuiaMK

Alfredo Guia

Crea una oferta irresistible para tu negocio

¿Sabías que el éxito de tu producto o tu servicio depende de más elementos que de su calidad? Necesitas una oferta irresistible para cerrar ventas.

A veces, puedes tener un producto muy, muy bueno, estar recibiendo visitas en tu web, y aun así no conseguir vender tu producto o servicio.

Seguro que si es tu caso te estás preguntando que cómo es posible que, incluso recibiendo personas interesadas en tu producto, no consigas venderlo o peor aún, que acaben adquiriéndolo a la competencia.

La respuesta está en tu oferta.

¿Qué es una oferta irresistible?

Si hace años me hubieran preguntado qué era una oferta irresistible hubiera respondido que una reducción del precio tan bueno que me obligara casi a comprarlo.

Sin embargo, hoy en día sé que una buena oferta irresistible es mucho más que un descuento. **De hecho, el descuento es solo uno de los 10 puntos con los que a mí me gusta identificar una oferta irresistible.**

Por ejemplo la oferta irresistible es utilizada en muchos casos por compañías telefónicas:

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Contrata este plan de datos antes del 30 de abril y consigues 5 gigas adicionales. ¡Solo en Movistar!

¿Qué está sucediendo en esta oferta?

1. Emplean un aumento del valor y al mismo tiempo transmiten un descuento en el precio.
2. Juegan con la urgencia. Si quieres aprovechar esta oportunidad tienes que hacerlo ya.
3. Es única. Esta posibilidad solo la tienes con ellos. Si te vas a cualquier otra compañía te tocará pagar el precio real.

¿Así que qué haces? Desde luego, comprarlo.

En caso contrario pensarías que estás desaprovechando la oportunidad de tu vida.

O al menos eso es lo que ellos te hacen ver.

Ahora te toca a ti conseguir el mismo resultado con tu producto. Debes crear una oferta irresistible que consiga que tu cliente potencial sienta que está perdiendo dinero si la deja pasar.

Y para todo esto quiero dejarte 10 aspectos que no debes olvidar a la hora de crear la oferta irresistible para tus productos o servicios.

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Recuerda que todas ellas las podrás combinar con una estrategia muy potente de campañas de Instagram Ads y Facebook Ads para conseguir grandes resultados.

La Promesa: Ofrece una transformación

¿Tu producto o servicio resuelve un problema o promete resolverlo en un tiempo determinado?

Por ejemplo, «aprende cómo gestionar tus campañas de Facebook en 8 semanas».

Estás ofreciendo una transformación en un tiempo determinado. Es decir, le estás proponiendo al usuario una garantía de tiempo. Le estás aportando seguridad y certeza.

Por ejemplo, para ese curso de Facebook Ads del que hablábamos antes, podríamos hacer estas promesas:

- Aprende cómo gestionar tus campañas de Facebook Ads en 8 semanas
- Aprende paso a paso cómo montar y gestionar campañas de Facebook Ads en mi curso de 8 de semanas.
- Gana dinero con Facebook Ads en 8 semanas.
- Te enseño a generar más de 5 cifras gracias a Facebook Ads en 8 semanas.

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Recuerda que tu no vendes productos ni servicios, VENDES SOLUCIONES y justo eso es lo que debes comunicar.

La ética de tu promesa: ¿cómo conseguir que confíen en tu palabra?

Si quieres que confíen en tu promesa, respáldala con resultados.

Cuando prometemos unos resultados concretos más allá del aprendizaje enseñado nos topamos con la siguiente pregunta.

¿De verdad todo el mundo que haga nuestro curso va a ser capaz de ganar ese dinero, conseguir esos clientes o adelgazar ese peso?

Por mucho que nuestro producto o servicio funcione o haya funcionado con un número determinado de gente. No significa que vaya a suceder siempre.

Por ello, las promesas que no dependan de nosotros mismos son consideradas poco éticas.

No solo por una moral superior, sino también por Facebook. La plataforma penaliza y rechaza este tipo de anuncios o páginas de aterrizaje.

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Yo puedo prometer que con mi curso aprenderás con clases semanales 100 % actualizadas, pero no que si aplicas lo enseñado conseguirás este u otro resultado. El resultado sólo depende del que compra y aplica.

Si estás vendiendo un servicio, gran parte del resultado depende de ti. Por tanto, ahí sí que encajaría mejor una promesa.

De todas formas, recuerda que prometer resultados conlleva siempre analizar el estado del negocio con el que vas a trabajar. Si alguien promete resultados sin conocer tu negocio, probablemente te esté mintiendo.

Define un precio por debajo su valor

Dijo Warrent Buffet una vez, *que precio es lo que pagas y el valor es lo que recibes.*

La percepción del valor recibido tiene que ser siempre mayor al precio pagado.

Ajustar el precio al máximo parece lo más aconsejable, pero no siempre lo es. Si compites por precio acabarás perdiendo y tu producto se verá devaluado.

Esta es una guerra en la que tienes los días contados.

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Si creas ofertas o descuentos en el precio de tus productos o servicios que sea de manera puntual y siempre conjugando la oportunidad con la urgencia.

Está demostrado que las ofertas infinitas en el tiempo ofrecen mucho menos resultados que las que tienen un tope temporal.

Siempre será mejor que aportes más valor a través de bonus y extras que reduzcas el precio de tu producto.

Si tu cliente ve que consigue un buen producto, un servicio post venta, una atención al cliente excepcional y algo que no ofrezca la competencia, acabarán viendo que realmente vale mucho más de lo que están pagando por él.

Así que ya sabes céntrate más en los beneficios o bonus de tu producto o servicio antes que en rebajarlo.

Facilita los pagos: cuanto más fácil se lo pongas al cliente, más venderás

¿Qué ventajas ofreces a tus clientes en el pago? Por ejemplo, ¿te pueden pagar con Paypal? ¿Con tarjeta? ¿Ofreces la posibilidad de que te paguen a plazos?

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Si pones facilidades a tu cliente a la hora del pago, a este le será mucho más fácil comprar tu producto o servicio. Más si vendes a todo el mundo...

Hay personas que no tienen tarjeta de débito, otras que prefieren pagar con Paypal por confianza. Si facilitas todo esto y comunicas de manera correcta todas las bondades que estás dando, tendrás más probabilidades que te compren.

Garantía de devolución: revierte el riesgo

¿Tu producto o servicio se puede devolver? ¿Durante cuántos días? ¿Tiene costes o se devuelve el 100 % del dinero?

Si ofreces un servicio de devolución los clientes estarán más dispuestos a comprarlo, ya que en el caso de que no sea lo que esperen tendrán la garantía de que podrán devolverlo y recibir su dinero.

En lo personal cuando tengo interés en comprar un producto, me doy cuenta que no dan ningún tipo de garantía, generalmente no lo compro...

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Te recomiendo que establezcas tu política de garantía y recuerda en ella explicar de forma muy transparente las condiciones de la misma, de esa manera vas a evitar posibles problemas futuros.

Añádele urgencia a tu oferta: métele prisa para tomar su decisión

¿Cuántos días tienen para disfrutar de la oferta? ¿Ofreces el tiempo suficiente para que pueda tomar la decisión pero sin que caiga en el olvido?

Si a tu oferta le añades un tiempo limitado, estarás ejerciendo presión para que el cliente lo compre y no deje pasar la oportunidad.

De no ser así acabará pensando en comprarlo más adelante, cuando tenga más dinero, más tiempo, más...cualquier cosa.

Tienes que hacerle ver que el momento de comprarlo es ahora y que si no lo hace se estará perdiendo algo.

Limita tu stock: la escasez es persuasiva

¿Tu producto tiene un número de stock limitado? ¿Tu servicio sólo se da a un grupo reducido de personas?

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Si algo te impulsa a comprar es sin duda, saber que puedes perder la oportunidad de comprarlo.

Esto es aplicable a cualquier producto. No importa que sean unas botas de edición limitada, (por ejemplo: "Solo 500 unidades") o una formación ("solo 40 plazas disponibles"). Ese sentimiento de escasez nos impulsa sin darnos cuenta a comprar.

Agrega bonus a tu producto o servicio

No vendas tu producto... Vende los beneficios que se obtienen con él.

Y para esto pondré un ejemplo muy bueno que Vilma Nuñez siempre hace en todos sus lanzamientos.

The image shows two side-by-side promotional cards for a course titled 'CURSO FACEBOOK E INSTAGRAM ADS'. Each card features a central graphic of a laptop displaying 'ADS' with a thumbs up icon and a gold coin.

SIN OFERTA (Left Card):

- Curso práctico de Facebook & Instagram Ads con más de 10 horas de formación y casos prácticos
- COMPRAR YA POR 297\$

CON OFERTA (Right Card):

- Especialízate en publicidad en Instagram y Facebook
- (GRATIS) Soporte en menos de 72 horas (Valor incalculable)
- (GRATIS) Actualizaciones mensuales (Valor incalculable)
- (GRATIS) Curso avanzado de Facebook Ads (97\$)
- Curso práctico de Facebook & Instagram Ads con más de 10 horas de formación
- Casos prácticos para que implementes paso a paso
- COMPRAR YA POR 297\$

Crea una oferta irresistible para tu negocio

¿Cuál de los dos comprarías?

Está claro que el de la derecha ¿no?. Y es que en el segundo vemos que además de aprender el curso de Facebook Ads, obtenemos soporte, actualizaciones mensuales, casos prácticos y más...

Paquetizar: aumenta el valor de tu propuesta

¿Has creado algún paquete con otros de tus servicios o productos? ¿Ofreces descuentos o alguna rebaja por ello?

Esto puede hacer conseguir más ventas de las que esperabas en un principio, y a veces, no es necesario rebajar el precio.

Un ejemplo de esto son las ofertas llamadas bundle, donde básicamente agrupan varios productos o servicios, para ofrecerlos a un precio mejorado que impulse la compra.

El caso de Amazon es un ejemplo de una oferta bundle pero mucho más agresiva, ya que cuando estás mirando un artículo, siempre suelen hacerte un pack de dos o tres productos relacionados para que los compres a la vez, y ni siquiera te hacen rebaja de su precio.

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Con los servicios ocurre lo mismo. Si a lo mejor estás interesado en un servicio de diseño web por ejemplo, también a lo mejor necesite un servicio de SEO que posicione esa web o alguien que se encargue del desarrollo o mantenimiento de la web.

Si paquetizas todo esto, y le añades si puedes una reducción de precio seguro que tu cliente acabe adquiriendo más productos o servicios de lo que en un principio pensaba comprar.

Apadrina una causa: muestra tus valores

Si tu negocio colabora con alguna organización o causa benéfica no dudes en añadirla a tu oferta.

Si está alineada con tu cliente objetivo, seguro que te apoyará a tí antes que a cualquiera de la competencia.

Por ejemplo, imagina que tienes una tienda de zapatos deportivos y una parte de las ganancias las destinas para una organización que se dedica a repartir zapatos a niños de bajos recursos que desean hacer deporte.

Crea una oferta irresistible para tu negocio

Tu cliente se sentirá mucho más animado a realizar la compra si sabe que con ella, estará ayudando a la sociedad.

Ofrece descuentos: urgencia y escasez

Si tu producto o servicio está en rebaja o cuenta con un descuento, hazlo ver en la oferta. Pero como te decía antes, a veces, es mejor que lo hagas de manera puntual, ya sea por que vayas a lanzar un nuevo producto o por una fecha especial.

Por ejemplo, puedes reducir el precio cuando sea una época de menos ventas en tu sector y quieras compensarlas; o porque quieras premiar a tus clientes con una oferta especial, pero no vendas tu producto siempre en oferta, ya que esto devaluará tu producto.

Si tienes en cuenta todos estos rasgos a la hora de crear tu oferta, las probabilidades de que las personas acaben comprándote se multiplicarán.

¡Ya verás como aumentan tus ventas!

¿Deseas que te ayude a construir tu negocio digital?

Por haber accedido a este Ebook tienes como bono especial una sesión de 30 minutos directamente conmigo...

Allí conversaremos de tu estrategia actual y si hacemos buen match te abriré las puertas a **The Virtual BUSINESS**, una mentoría que te ayudará a llevar tus resultados al siguiente nivel.

Solo da click debajo para reservar tu sesión estrategica vía zoom.

HAZ CLICK ACÁ