The perfect Facebook ad para Pymes

Experiencia A

The perfect Facebook ad para Pymes

Todos los "expertos" dicen que debes hacer anuncios en Facebook porque ahí están todas las personas.

Entonces, ¿por qué no has tenido resultados?

Invertiste un poco de dinero y lo único que lograste fue algunos likes y unas personas pidiendo informes, pero nunca se convirtieron en clientes que pagan.

Casi todas las PYMES cometen 1 de 2 errores:

1.Hacen anuncios como si fueran una marca grande, haciendo branding para que las personas puedan conocer su marca, o
2.Tratan de vender sin entender qué es lo que motiva emocional mente a su prospecto.

En esta Guía te voy a enseñar la fórmula que ha estado probada por décadas y que funciona en cualquier medio para generar interés en el mercado que estás buscando.

[imagen]

Antes de iniciar

1.Primero, debes pensar en un solo producto o servicio y en una sola persona a quien quieras atraer. Tus prospectos ven más de 4,000 anuncios al día y si no parece que es para ellos específicamente, no le van a hacer caso.
2.Segundo, tienes que pensar en cuál es tu objetivo. ¿Qué acción quieres que tome tu prospecto? Y tienes que pensar si realmente es el momento de pedirle que lo haga. Es decir, dónde estás en la relación con esta persona y qué tanto estás pidiendo. Muchas personas cometen el error de tratar de ir directamente a la venta sin establecer confianza. Piénsalo, si un extraño te ofreciera su producto o servicio, ¿lo comprarías sin preguntarle nada? Si es una marca conocida, que ya probaron a un buen precio, a lo mejor, pero me imagino que aún así harían un poco de investigación sobre la confiabilidad de la persona que lo vende, ¿no?

Entonces, ¿qué debes hacer?

La metodología que vas a aprender funciona para todos los productos y servicios. Te invito a que la pruebes, pero si no tienes resultados, tienes que iniciar la relación de otra manera para agarrar confianza primero.

CERO A 100 By Experiencia A

The perfect Facebook ad para Pymes

Carnada

La otra estrategia y la que uso regularmente para mis clientes es crear una carnada. La carnada es un producto de valor que le va a interesar a tu mercado, pero no pidas mucho de ellos como: comprar algo, visitar tu negocio, agendar una llamada, etc…

Lo que queremos lograr con esto es convertir a un extraño en un conocido para comenzar a enviarle mensajes que sirvan para agarrar confianza para poder llegar al objetivo que queremos cuando sea el momento correcto de la relación.

Algunas opciones son:
Cupón de descuento, Guía de paso a paso, Guía de reseña, Muestra o Prueba gratis, Kit de herramientas, Caso de estudio, Plantilla, Examen o Encuesta.

Con esto, vas a poder ubicar de una manera más económica los prospectos correctos e iniciar el proceso de venta.

La estrategia de un Anuncio Perfecto de Facebook para Pymes:

1.Thumbnail

a.Vas a estar publicando anuncios desde tu anuncio de Facebook y es importante que tu imagen proyecte lo correcto a tu mercado target. Algunas cosas en las que debes pensar son:

i.Si proyecta autoridad y seriedad.
ii.Si es relevante al servicio o producto que ofreces.
iii.Si hay congruencia con todas las demás imágenes de tu marca.

2.Texto del anuncio

a.Aparte de la imagen, ésta es una de las partes más importantes. Después de que vean la imagen, todos comienzan a leer el texto. Aunque muchas personas dicen que no escribas mucho texto porque no lo van a leer, esto no es cierto. Mientras esté interesante, debes utilizar todo el texto necesario para lograr comunicar lo que tienes que comunicar.

b.Puede ser que algunos de los 12 pasos no apliquen en tu caso y los puedas evitar, pero es importante que los hagas en el orden como viene. Como te expliqué antes, esto es una estructura que ha estado desarrollada por los mejores mercadólogos de venta directa del mundo.

c.11 pasos para crear el copy de FB Ads

CERO A 100 By Experiencia A

The perfect Facebook ad para Pymes

1) ¡Llama al cliente! Para quién es?
Ej: mamá,

2) Menciona sus síntomas
Cómo pueden confirmar que "ESTO ES PARA MÍ"
Ej: si has visto/pensado/sentido que la piel de tu bebé se irrita con frecuencia ENTONCES..

3) Menciona el problema
POR QUÉ se sienten así?
Cuál es el nombre del problema?
Quién es el culpable detrás de todo esto?
Ej: Probablemnte entonces puede sufrir de eczema atópica

4) Haz una promesa fuerte
¿Cuál META PRINCIPAL podrá cumplir o qué problema evitará? ¿Perder grasa?
¿Ganar músculo? ¿Ganar dinero?
Ej: Cuida la piel de tu bebé y evita que siga sufriendo

5) Dile cómo
No entres en detalles profundos, pero al menos di UNA PALABRA para decirle "cómo" solucionarlo, hazlo sonar nuevo/cool/misterioso/sólido
Ej: Utilizar productos hipoalergénicos libres de parabenos los ayudará a calmar la comezón y a prevenir que su piel se dañe o irrite.

By Experiencia A

6) Muestra emociones
¿Odio? ¿Amor? ¿Emocionado? ¿Agonizante? ¿Confundido?
¿Cómo se sentirán antes/después?
Ej: Deja de sentirte frustrada y disfruta los momentos con tu bebé bañándolo en amor y productos saludables para su piel

7) Da apoyo racional
Testimonios/estadísticas/historias/casos de estudio
Ej: Con más de 10 años ayudando a mamás de todo el mundo a cuidar la piel de sus bebés, nuestros productos están aprobados por la Organic Soil Association y han sido ganadores en repetidas ocasiones del premio Bizziebaby.

8) Puedes resolverlo si...
Diles que FINALMENTE existe una oportunidad para ellos, PERSONALMENTE, para realizar esa promesa HACIENDO (viendo/asistiendo/comprando... TU PRODUCTO)

Ej: Por fin en México puedes adquirirlos y cuidar de la piel de tu bebé utilizando la línea "Everyday Essential Ely" de Pitta Patta

9) Re-enmárcalo con escasez
Sólo disponible ahora. Limitado. Acabamos de abrirlo (y no durará). Para algunas personas. Pocos lugares están abiertos.

Ej: Sé de los primeros en obtener los productos del Pitta Patta

10) Mézclalo con URGENCIA (Límite de tiempo)
Esta semana. Hoy. Los próximos 14 días. La próxima hora.
Cerrará después de esto.
Ej: Sólo por los próximos 11 días, estaremos regalando en envío completamente gratis.

11) Agrega un Llamado a la Acción urgente
Si quieres X, haz clic aquí y (siéntete mejor)
Ej: Para descargar tu descuento, haz clic aquí para ingresar tu correo

By Experiencia A

3. La imagen
a. Aquí es donde falla mucha gente porque quieren poner una foto muy bonita y parece como anuncio o tratan de ser muy creativos y ponen una imagen que sólo funciona para captar la atención. Tú no quieres atención, quieres clientes, ¿verdad? Como todo, hay que probar, pero sólo porque tienen más likes y compartidos no quiere decir que sean las mejores. Por esto, para comenzar te voy a recomendar que uses una imagen de lo que estás ofreciendo y de lo que van a obtener. Es sencillo. Después de probar miles de anuncios para nosotros y nuestros clientes, descubrimos que es lo que funciona mejor para atraer a las personas correctas.

4.Título
a. También, después de probar muchas cosas, lo que hemos encontrado que mejor funciona es una frase que les dice qué tienen que hacer con un verbo de acción al principio como: Descarga tu _____ ahora, u Obtén tu _____ aquí.
5. Prueba social
a. Éste es un truco que no utilizan muchas personas, pero te puede dar excelentes resultados. Todos queremos seguir a los demás. Si muchas personas compran algún producto o marca es porque debe ser bueno y esto genera más demanda. Puedes hacer lo mismo con tus anuncios, aunque estás haciendo pruebas con diferentes. Usando el mismo Post ID, junta todos los comentarios, likes y shares y los pones en todos tus anuncios. Aunque no nos pagan por likes, esto ayuda a darle más confianza a las personas que lo vean.

Conclusión

Parece sencillo, pero funciona, y una vez que tienes un anuncio funcionando puedes comenzar a hacer pruebas de imágenes o cambiar la emoción o el título para ver si puedes mejorar los resultados del primer anuncio.

Mucho éxito con tus anuncios y tu negocio,

Armando

Si quieres saber cómo podemos ayudarte a crear sistemas automatizados para generar más prospectos y clientes, da clic abajo y podrás conocer nuestra estrategia completa.

https://experienciaa.com/cero-a-cien