

Ideas para generar prueba de producto:

20 ejemplos prácticos¹

Una venta es la consecuencia lógica de haber acompañado a un cliente potencial a lo largo del proceso para que lo conozca, le agrade y confíe en usted, sus productos/servicios y su negocio.

Probar sin compromiso reduce el riesgo y facilita la decisión

Es muy poco probable que se genere una venta si el cliente no ha desarrollado la suficiente confianza que le permita reducir el riesgo percibido de adquirir lo que usted ofrece.

Es justamente en estos casos donde ofrecer la oportunidad de probar antes de comprar, puede ser lo que falta para cerrar el círculo.

Al probar, el cliente potencial está avanzando un paso más en el conocimiento y en la obtención de razones adicionales de por qué tomar la decisión.

Probar sin compromiso reduce el riesgo. El cliente probablemente pensará, «nada se pierde con probar». Esta reducción del riesgo incrementa sustancialmente la tasa de conversión o cierre. Entre más personas ensayen antes de sacar su tarjeta de crédito, mayor la probabilidad de que compren.

¹ <https://bienpensado.com/20-ideas-y-ejemplos-para-generar-prueba-de-producto/>



El Reloj de Arena del Mercadeo es el concepto que define paso a paso este proceso de acompañar a un cliente potencial desde que se entera que usted existe, hasta que le genera la confianza suficiente para invitarlo a comprar.

Y es la etapa previa de «Probar» la que cierra el último eslabón para disminuir la indecisión del prospecto. Si después de haber pasado por las etapas de Conocer, Agradar y Confiar, el cliente potencial aún tiene dudas, la invitación a «probar sin compromiso» puede ser lo que haga falta.

Aún para clientes que no han tenido contacto previo con la marca, producto o servicio, el poder probar, directamente o a través de un tercero, lo pone en el radar y lo hace una opción viable de compra, ambas cosas bastante deseables.

De alguna manera lo que buscamos es que el cliente potencial se proyecte en cómo sería su vida si utilizara el producto o servicio. Incluso demostrar los resultados puede ser considerado una prueba de que cumple lo que promete.

20 ejemplos prácticos

Una prueba se puede aplicar a productos o servicios de diferente índole. No es una herramienta exclusiva para las degustaciones en los supermercados. Aún para servicios, hay alternativas interesantes para permitir ensayar antes de decidir.

Cuando un cliente potencial prueba, no sólo prueba el producto o servicio en sí. Prueba todos los beneficios colaterales. La puntualidad, la presencia, el cumplimiento de las promesas, el empaque, la organización administrativa, la claridad del proceso, entre muchas otras cosas.

Por eso la fase de prueba es mucho más que un simple ensayo, es experimentar de primera mano lo que ese cliente podría obtener de manera permanente si tomara la decisión (para bien o para mal). Si el proceso no está bien estructurado, la prueba puede incluso acelerar el proceso de deserción.

Estos son algunos ejemplos de diferentes industrias que pueden clarificar el concepto y darle algunas ideas para desarrollar un producto o servicio de prueba en su propio negocio, los cuales fueron tomados de nuestro blog Nuggets de Mercadeo.

1. Fazenda – Gratis chuleta por conocer la tienda. Genera tráfico y prueba.
2. RapidShare – Esperar es aburrido. Estrategias para acelerar conversión de clientes.
3. Lego City – Cómo experimentar la diversión de un juguete a través de la exhibición.
4. Nestlé Fitness – Programa de prueba por 14 días.
5. Google Adwords – Estimulando prueba y generando referidos.
6. Angela Lozano Patisserie – Pasteles de prueba en la puerta de la casa.
7. Lechera Chocolate – Mercado de prueba por 60 días.
8. McDonald's – Café gratis para invitar a antojarse de más cosas. (Similar a El Recuerdo)
9. Havaianas – Sandalias personalizadas para probar lo que quiera.

10. Quaker – Cereales de prueba en promoción cruzada con juguetería.
11. iTunes – Alianza con Starbucks para descarga gratuita y prueba de servicio.
12. Dolphin – Prueba de producto limpiador de piscinas en el punto de venta.
13. Urban Station – Pase de cortesía para probar los servicios de oficina virtual.
14. iStockPhoto – Fotografías gratuitas para que ensaye sin compromiso.
15. Expo de Motores – Feria virtual para probar *online* antes de ir *offline*.
16. Clight – Asociación con Nivea para llegar a nuevos consumidores afines al target.
17. Zappos – Ofrecer una garantía imbatible invita a probar sin riesgo.
18. Tugó – Muebles para tocar, sentarse, abrir y acostarse. Prueba total.
19. Office Depot – Domicilios gratis para incentivar prueba en su lanzamiento.
20. Menaje Doña Ceci – Siga, siéntese y vea cómo luciría su evento.

Ofrecer creativas formas de que un cliente potencial pruebe antes de comprar, acelera el proceso de conversión y le permite palpar en vivo y en directo lo que podría esperar de su producto o servicio, proyectando los beneficios de una manera tangible.