

Estrategia “Lanzamiento”

Te daré una estrategia de segmentación para lanzar nuevos productos con éxito. Para eso, usamos un funnel de ventas de múltiples campañas:

PRE-LANZAMIENTO

Campañas frías

Aproximadamente un mes antes del lanzamiento crea **entre 1 y 3 campañas dirigidas a público frío** con un contenido valioso relacionado al producto.

Por ejemplo, si estás por lanzar un nuevo servicio de coaching nutricional, podés crear una campaña de Interacción o Reproducción de video y agregar como anuncio un video sobre cómo desayunar fácil y sano.

También podés hacer otra campaña de tráfico con un post en el blog con tips para mejorar tu relación con la comida.

Incluso podés hacer una campaña de clientes potenciales ofreciendo un ebook gratis sobre Coaching Nutricional.

En cuanto a la segmentación de las campañas podés hacer:

- Un conjunto de anuncios dirigido a una audiencia por intereses (ver estrategias en módulos anteriores).
- Otro conjunto de anuncios dirigido a una audiencia similar a tus clientes de servicios similares o similar a visitantes de las páginas de tu sitio web relacionadas al tema.

Esta etapa es MUY importante, por eso deberías experimentar con diferentes tipos de audiencias frías para identificar cuál funciona mejor.

LANZAMIENTO

Campaña fría

A partir del día del lanzamiento podés crear una campaña de *Conversiones* o *Mensajes* (depende el método de compra que uses en tu negocio) ofreciendo el nuevo producto/servicio con las audiencias que te generaron mejores resultados en el pre-lanzamiento.

Excluir clientes anteriores.

Campaña tibia

Para impactar usuarios que ya te conocen vamos a crear una serie de conjuntos de anuncios con públicos:

- Personalizado de visitantes de las páginas de tu sitio web relacionadas al tema
- Personalizado por lista de clientes con contactos de personas que hicieron consultas por WhatsApp.
- Personalizado por lista de clientes con los suscriptores de tus listas de email.
- Personalizado de todas las personas que interactuaron con tu cuenta de Instagram (*asegurate de hacer contenido sobre el tema antes del lanzamiento*)
- Personalizado de todas las personas que interactuaron con tu fanpage de Facebook.

Coloca todos en un mismo conjunto de anuncios. Y también debes excluir clientes anteriores.

Campañas calientes

Para impactar públicos que demostraron intención de compra vamos a hacer una campaña con dos conjuntos de anuncios.

- Otro con un público personalizado de **visitantes de la página de venta** específica del producto o servicio nuevo. [Ver ejemplo.](#)
- Uno con un público personalizado con **visitantes de la página con todos los productos en nuestra tienda online.** [Ver ejemplo.](#) Excluir visitantes de la página de venta.

En ambos conjuntos debes **excluir clientes anteriores.**

Por otro lado, vamos a hacer:

- Una campaña de abandono de carrito.
- Una campaña con un público con nuestros clientes anteriores. *Para llamar más la atención a tus clientes podés agregar un código de descuento al nuevo producto o servicio.*

Para aprender sobre estas dos campañas mirá el video de [esta lección.](#)

