

TIPUS D'OFERTES

**PER A MILLORAR LA TEVA
CAPTACIÓ I FIDELITZACIÓ**



OLEOSHOP

Tipus d'ofertes per millorar la teva captació i fidelització

Fes que els teus clients vinguin i es quedin

Dos dels grans reptes de tota botiga online són la captació i la fidelització. Hi ha moltes estratègies per a millorar-les, entre elles **les ofertes**. Si et decideixes per fer ofertes per millorar els teus resultats en termes de seducció i retenció de clients, aquest **recull de totes les que pots realitzar** et serà molt pràctic.

Amb aquest eBook aprendràs:

- A discernir si l'estratègia d'ofertes és compatible amb el teu negoci
- Quins són els 4 grans grups d'ofertes que existeixen
- 14 tipus d'ofertes encaminades a millorar la teva captació i fidelització
- Exemples pràctics de cada tipus d'oferta



Si tens una botiga online, és probable que **els secrets de la captació** et portin de cap. I és lògic: una de les coses més difícils quan es comença és **atraure nous clients** que encara no ens coneixen.

Sense aquesta captació inicial, **no hi ha negoci possible**, ja que són les primeres conversions les que permeten als usuaris gaudir d'una experiència de compra completa i **decidir si repeteixen o si ens recomanen**.

Però un cop captat el client, la feina no s'acaba aquí.

Després de la primera compra, també et trobes **en una situació crítica**. Perquè de poc serveix captar si després no sabem retenir. Després de la captació inicial, el segon maldecap de tot emprendedor online sol ser la **fidelització dels seus clients**.

Com aconseguir que algú que no em coneix **es decideixi a comprar** a la meva botiga? I un cop ha comprat, com aconseguir que aquest client **em recomani o repeteixi**?

Un recurs molt efectiu per captar nous clients i aconseguir que els que ja es tenen tornin una i altra vegada **són les ofertes**. Són una manera de complimentar al client i oferir-li unes **condicions més favorables** per tancar una compra.

Però no per a tots els negocis és recomanable aplicar ofertes als seus productes. En alguns casos no està recomanat, i en breu sabràs per què.

Vols posar en marxa **ofertes de captació i fidelització** a la teva botiga online?

Doncs el primer és saber quines opcions tens entre mans. En aquest eBook descobriràs **14 ofertes molt eficaces amb els seus respectius exemples** que t'ajudaran en el teu propòsit.

Avantatges i inconvenients de les ofertes i descomptes

Com en tot, les ofertes i els descomptes tenen **una cara i una creu**. Vegem quins són els seus principals avantatges i inconvenients.

Avantatges

- Poden ajudar-te a atraure **nous clients**
- Pots millorar substancialment la teva **ràtio de conversió**
- Poden **incrementar els teus ingressos**, i et permeten arribar als teus objectius de facturació
- Poden millorar la teva **viralitat i popularitat** com a marca
- Poden ajudar-te a **rotar productes antics** o amb poca rotació
- Són molt **fàcils d'implementar** a Oleoshop

Inconvenients

- Fan que el teu **marge de benefici** disminueixi i fins i tot desaparegui
- Si **acostumes als teus clients** als descomptes, cada vegada pot resultar-te més difícil que comprin sense ells
- Possible impacte en la teva **imatge de marca**
- Captació de públic amb **poc potencial de fidelització**, molt susceptible al preu
- Possible descens del **tiquet mitjà**

Les ofertes i descomptes són per a totes les botigues online?

Doncs la veritat és que no. Hi ha negocis als que simplement **no els interessa** fer ofertes i descomptes als seus clients.

Entre ells, hi ha els negocis de luxe amb un **producte molt premium** i un públic disposat a pagar-lo. També hi ha els negocis amb molt **poc marge comercial**. En aquests casos una oferta o un descompte pot fer perillar la viabilitat del propi negoci.

Finalment, també cal tenir en compte **la percepció** que té el públic de la marca.

És possible que la marca no es consideri a si mateixa com a premium ni al seu producte com a producte de luxe. Però pot ser que el seu públic **no ho concebi així**.

Si la teva percepció de marca és incompatible amb la idea de "preu baix", potser és millor que hi renunciïs encara que et sembli que d'entrada t'ajuda a millorar les conversions.

Llavors... **per a qui són les ofertes i descomptes?**

Si vols aplicar ofertes i descomptes en el teu negoci, assegura't que compleixes aquests requisits:

- No ets una marca de luxe
- No se't percep com a marca de luxe
- Tens un marge de benefici generós
- La teva estratègia a llarg termini no es veurà perjudicada per l'aplicació d'ofertes o descomptes puntuals

En qualsevol cas, la clau està en **l'experimentació**. Simplement, prova diferents tàctiques, i poc a poc aniràs perfilant quines són les que van millor per al teu negoci.

Quins tipus d'ofertes i descomptes hi ha?

Bàsicament hi ha **4 tipus** d'ofertes o descomptes:

- Enviaments gratis
- Percentatge de descompte
- Quantitat específica
- Regal per compra

Enviaments gratis

Oferir els **enviaments gratis** és un tipus d'oferta fàcil d'aplicar i amb una resposta gairebé segura. No en va, les despeses d'enviament solen ser un dels **clàssics frens a la compra en qualsevol botiga online**.

A més, a la botiga **sol costar-li molt poc** aquesta oferta: senzillament assumeix les despeses d'enviament que acostumen a ser d'uns pocs euros.

Percentatge de descompte

El **porcentaje de descuento** es quizá el tipo de descuento más popular. En él, el descuento que se ofrece **es proporcional** al gasto realizado, con lo que es una garantía de rentabilidad para la tienda.

Descompte de quantitat específica

El descompte de **quantitat específica** consisteix a regalar diners en comptes d'aplicar un percentatge de descompte. Tot i que amb aquest tipus de descompte cal anar una mica amb compte.

La manera de cobrir-se les espatlles sol ser **vincular-lo a una quantitat mínima de compra**. Per exemple, regalar 5€ cada 50€ de despesa (que al final no deixa de ser un 10% de descompte). Aquest descompte sol ser percebut pel client com **més generós** que el descompte de percentatge.

Regal per compra

I per acabar, el **regal per compra**. Sol consistir en oferir com a regal un producte de la teva botiga online. També pots regalar **mostres o regals promocionals** oferts per les marques que tinguis a la teva botiga.

En el cas d'oferir producte propi, aquest tipus d'oferta et pot servir per treballar el cross **selling i l'upselling**, i també per treure't de sobre producte antic o de difícil rotació.

No et perdís [aquest article sobre cross selling](#) si vols aprendre a utilitzar-lo per vendre més.

Tipus d'ofertes per captar i fidelitzar

Anem amb els **14 tipus d'ofertes** per a millorar la captació i la fidelització, estàs preparat? Allà van!

#1 - Ofertes setmanals o mensuals

Aquesta és una de les opcions més populars perquè **és la més senzilla de pensar i implementar**.

En les ofertes setmanals o mensuals, senzillament oferim un descompte –que pot ser un percentatge o una quantitat de diners determinada– **amb una freqüència concreta**.

Oleoshop Ràdio,

el nou canal de podcast **#ecommerce**

Descobreix Oleoshop RADIO, un nou canal dedicat al ecommerce i al marketing online amb articles, casos d'èxit, entrevistes, consells i trucs perquè puguis aprendre i aplicar-los a la teva botiga online.

Estarem amb tú cada setmana a Itunes, Soundcloud i Ivox.

I si vols molt més, tens centenars d'articles, guies i ebooks totalment GRATIS a la nostra pàgina web: www.oleoshop.com



OLEOSHOP
RADIO



la teva plataforma ecommerce

Aquest tipus d'oferta **té moltes variacions**. Pots no complicar-te la vida i oferir un codi descompte tan sols una setmana al mes. Però també pots anar perfeccionant la tècnica i **acabar enganxant totalment al teu públic**, que no deixarà d'estar pendent de l'evolució canviant de les teves ofertes.

Per exemple, pots:

- **Alternar setmanes** amb codis descompte de percentatge i ofertes de quantitats fixes vinculades a una despesa mínima.
- Oferir una oferta **només un cop a final de mes**, cosa que pot suposar una empenta per arribar als objectius mensuals de facturació sense sacrificar massa el teu marge de benefici.
- Oferir una oferta **només una setmana al mes**.
- Concentrar les ofertes **només en cap de setmana**, cosa que genera més urgència i fa que la gent estigui més pendent.

A més, aquest tipus d'ofertes poden aplicar-se a **tota la botiga online o a categories i subcategories** de productes específiques. Dit d'una altra manera: no has de sacrificar el marge comercial de tots els teus productes si realment els que vols moure pertanyen a una sola tipologia.

EXEMPLE: DueHome li dona una canya important a aquest tipus d'oferta. Pràcticament cada setmana podem trobar a la seva web **un descompte de percentatge** sobre una categoria de productes, i de vegades també sobre tot la web.



DueHome
Publicado por [?], 23 de junio a las 11:49 · €

20% OFF en todas las novedades de www.due-home.com ¡Refresca tu decoración!

-20% en novedades
Con el código **NOVEDADES**
Del 23 al 26 de junio. No acumulable.

Sé la primera persona en guardar esta oferta

Guardar

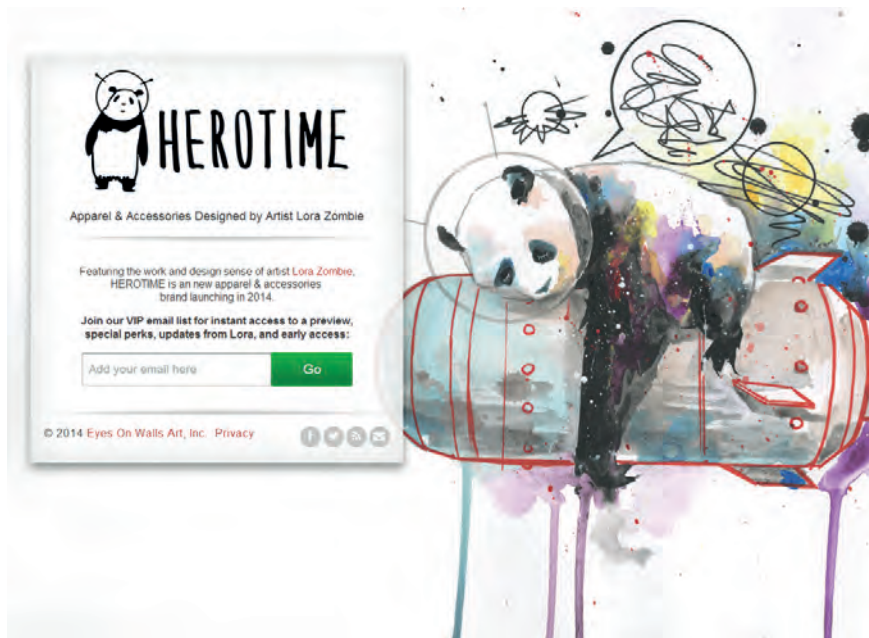
#2 – Ofertes de pre-lançament

Ja ens ho deia l'altre dia [Jaime Mesa quan parlava de la seva botiga online Van&Go](#): les ofertes de pre-lançament són una gran idea abans de llançar una botiga online, perquè et permeten **captar emails o registres**, construir comunitat des del principi i començar el negoci tancant ja unes quantes comandes.

És molt fàcil fer una oferta de pre-lançament. Tan sols has de **crear una landing** en què comuniquis l'oferta i **demanis l'email** a canvi d'obtenir el descompte.

Amb això guanyes tu, perquè ja **construeixes base de dades** per començar amb l'email marketing de seguida, i guanyen els teus futurs clients, perquè gaudeixen d'un descompte ja des de la primera compra.

EXEMPLE: A la pàgina de prellançament de [Herotime](#) s'ofereix la promesa de beneficis a canvi de la subscripció a la base de dades.



#3 – Ofertes de temporada o dates especials

Un altre clàssic entre els clàssics consisteix a oferir descomptes **en dates assenyalades o al final de les temporades**.

En aquesta categoria entren els descomptes amb motiu de Nadal, Black Friday, Cyber Monday, el Dia de la Mare o el Pare, Sant Valentí i **qualsevol altra data especial** que se't pugui acudir. També entren els descomptes de final de temporada, és a dir, **les rebaixes** de després de Nadal i les d'estiu.

EXEMPLE: La xarxa és plena d'exemples d'aquest tipus d'ofertes, i com tothom s'hi apunta el **difícil és destacar**. Un consell és que intentis pensar la teva oferta d'una manera diferent a com la pensen els altres, o bé utilitzar **un timing lleugerament diferent**.

Per exemple, si realitzes una oferta de Black Friday, **no et limitis només a aquest dia**: ofereix ofertes efímeres uns dies abans i allarga el teu Black Friday un parell de dies després.

BLACK FRIDAY
27th November 2015

This Black Friday enjoy fantastic savings with our best online offers including amazing deals and discounts from your favourite brands. It's the perfect day to treat yourself and your loved ones.

DAYS HOURS MINUTES SECONDS
07 07 47 46

UNTIL THEN, SHOP OUR FABULOUS OFFERS

Up to half price* women's offers →
40% off** toys →
40% off** gifts & games →

View all current offers →

CONSELL PRO: Planifica sempre aquest tipus d'ofertes **amb molta antelació**, especialment si s'inicien després d'un període de vacances. A Espanya, les rebaixes de després de Nadal s'haurien de deixar ja pràcticament fetes i programades a principis de desembre com a molt tard, ja que el dia després de Reis (festiu) sol coincidir amb l'inici de les rebaixes.

#4 – Ofertes de cistelles abandonades

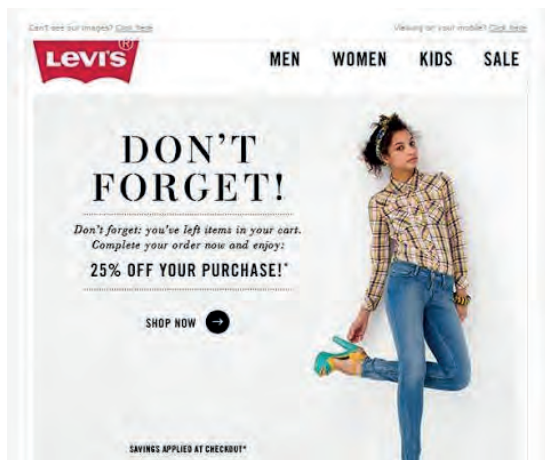
Si els teus clients posen productes a la cistella però per algun motiu **l'abandonen sense completar la compra**, has de recórrer a les ofertes de cistelles abandonades.

Consisteixen a enviar a les persones que han abandonat una cistella a la teva botiga i de les què tens l'email **un descompte específic perquè recuperin aquesta cistella** i incentivar-los a completar la compra.

Si no tens el registre de l'usuari que ha abandonat la cistella, no et preocupis perquè també pots "perseguir-lo" amb la teva oferta gràcies al **remarketing**.

En aquest sentit, resulta interessant **combinar remarketing amb email marketing**, tal i com ens va explicar en el seu dia José Galán.

EXEMPLE: Un bon exemple d'oferta de cistella abandonada és aquesta de Levi's, en la qual la marca ofereix un **25% de descompte** a la persona que ha abandonat la cistella si completa la compra.



#5 – Oferta de subscripció a newsletter

Malgrat la seva antiguitat, l'email marketing segueix sent una de les eines de màrqueting més potents per a botigues online. I és que es tracta d'una **eina barata, amb un enorme potencial de segmentació i molt eficaç** per treballar les conversions de la teva base de dades.

Una de les millors maneres de captar subscriptors per a la teva newsletter és **oferir-los un descompte si es subscriuen**. Per assegurar-te que aquest descompte els quedi molt clar, pots utilitzar un **pop up automàtic** que aparegui només en entrar a la web o quan l'usuari ja porti una estona navegant-hi i hagi demostrat el seu interès.



#6 – Ofertes per passar a l'acció a social media

De vegades resulta complicat obtenir dels clients el feedback a social media que ens agradaria. I és que, com a clients, sovint **ens fa mandra treballar gratis per les marques**, llevat que en siguem fans acèrrims i incondicionals.

Una estupenda manera d'**estimular l'activitat en xarxes socials** és oferir als teus clients ofertes a **canvi de realitzar accions específiques** a social media, com per exemple:

- **Seguir els teus perfils** de xarxes socials i les teves pàgines de fans
- Fer **comentaris** a les teves publicacions
- Fer **m'agrada** a les teves publicacions
- **Compartir** les teves publicacions a social media
- **Compartir** la compra dels teus productes a social media

Si, a canvi d'una acció a social media, ofereixes als teus clients un **val de descompte o un regal**, estaran molt més disposats a fer-la. I probablement la teva comunitat social es vegi molt més activa i viva que abans.



EXEMPLE: pots oferir un **petit codi descompte** a tots aquells que després d'una compra et segueixin a les teves xarxes socials principals. Fes que darrere d'un banner semblant a aquest aparegui un pop-up o una capa **amb una oferta o un descompte**.

#7 – Ofertes per a referidors

Si compres en un lloc i t'agrada l'experiència, per què no recomanar-lo als teus amics? És el més lògic, oi? I si a més aquesta empresa et premia per recomanar-lo a teus amics, doncs millor per a tu, no?

Aquesta és la premissa de la qual parteixen les **ofertes per a referidors**. Consisteixen a oferir un descompte, un regal o una promoció exclusiva a aquelles persones que, després de comprar a la teva botiga online, **se la recomanin als seus amics**. I també s'ofereix un descompte, un regal o una promoció exclusiva a aquests nous amics.

Les ofertes per a referidors poden aplicar-se als nous amics que **es registren** o estar limitada a només els que compren.

L'ideal, per descomptat, és la segona opció. És a dir, que l'amic que ha arribat referit per un client no pugui beneficiar-se del descompte **fins que no compri alguna cosa** a la nostra botiga o **es doni d'alta** del servei.

EXEMPLE: pots oferir una quantitat fixa, per exemple 5€ de regal, a un client per cada nou amic que porti. I 5€ de regal per a l'amic, a redimir en la seva següent compra.

HARRY'S THANK YOU FOR SIGNING UP

SHAVING IS EVOLVING

DON'T LEAVE YOUR FRIENDS BEHIND
INVITE FRIENDS & EARN PRODUCT

Share your unique link via email, Facebook or Twitter and earn Harry's goods for each friend who signs up.

<http://prelaunch.harrys.com?ref=1482366461>

HERE'S HOW IT WORKS:

FRIENDS JOINED	5	10	25	50
HARRY'S PRODUCT	Shave Cream	Truman Handle w/ Blade	Winston Shave Set	One Year Free Blades

No Friends have joined...Yet!
Keep checking

We ship to the U.S. (& Canada Soon)

#8 – Ofertes de primera compra

Les ofertes de primera compra tenen per objectiu estimular que un client que encara no ha comprat a la nostra botiga **compri per primera vegada**.

Solen consistir en un descompte o un regal que **es redimeix ja en la primera compra del client**. De vegades, també poden consistir en un descompte o un regal que s'ofereix al client després de la seva primera compra per **redimir a partir de la segona**.

La majoria de botigues online avui en dia es decanten per la primera opció.

EXEMPLE: una marca ofereix un **descompte del 5% o un regal promocional** de benvinguda i, potser, **despeses d'enviament gratis** en la primera compra a tots els clients. En el cas de Pipeline, la subscripció a la llista de correu és premiada amb un 15% de descompte a bescanviar en la primera compra. És una manera estupenda de **convertir l'interès** demostrat en la subscripció en una venda.

#9 – Oferta amb compra mínima

Les ofertes vinculades a una compra mínima són una tàctica interessant per aconseguir que el **tiquet mitjà de compra augmenti**.

Si no vols agafar-te els dits amb aquest tipus d'ofertes, calcula primer **quin ha estat el teu tiquet mitjà** dels últims mesos. I després fixa una compra mínima que estigui entre un 10 i un 20% per sobre d'aquest tiquet mitjà.

Quins tipus d'oferta pots oferir? Doncs des de descomptes de percentatge o amb quantitats específiques a despeses d'enviament gratis.

I pots aplicar-los tant **a tota la botiga** com a **categories de productes** específiques o col·leccions de productes que t'interessi especialment rotar.

EXEMPLE: Una marca ofereix 5€ de regal per cada 50€ gastats a la botiga. També podria oferir les despeses d'enviament gratuïtes a partir dels X€ de compra, es tractaria del mateix tipus d'oferta.



#10 – Ofertes socials exclusives

Crear ofertes que siguin **exclusives per als teus seguidors en xarxes socials** és una molt bona manera d'oferir un incentiu a la gent perquè et segueixi. I a aquests seguidors en el futur els podràs oferir altres ofertes, comunicar-los novetats i en definitiva **practicar el màrqueting amb ells**.

EXEMPLE: una marca ofereix un **descompte especial del 25%** durant una setmana només per als seus seguidors de Facebook, Instagram i Pinterest.



#11 – Ofertes de fidelitat

Les ofertes de fidelitat són un tipus d'oferta que va específicament dirigida a fidelitzar als teus clients actuals i a **millorar la seva recurrència**. A més d'això, és una manera de premiar tots aquells clients que han confiat en tu i han comprat a la teva botiga online en el passat.

Una oferta de fidelitat pot ser una cosa tan senzilla com **un descompte de percentatge o el regal d'una quantitat determinada** de diners. Senzillament, generes el codi de descompte i **l'hi envies per correu electrònic** als clients que hagin realitzat una despesa determinada a la teva botiga online.

Tot això ho pots fer de manera molt fàcil amb Oleoshop.

EXEMPLE: Una botiga online defineix el líndar de la fidelitat en **300€ de despesa**. Tots els clients que arriben a aquesta xifra de despesa reben **un codi amb un 10% de descompte** a través d'una newsletter específica. Un altre exemple són els clàssics programes de punts de les aerolínies, que premien la fidelitat dels seus usuaris **amb punts bescanviables per descomptes**.

Alaska Mileage Plan

5,000 reasons to join.

When you join [Mileage Plan](#)™ before April 30, 2017, and complete your first flight with us by September 30, 2017, you'll earn 5,000 bonus miles.

With award travel starting at just 5,000 miles*, that's enough for a one-way award ticket.

#12 – Oferta d'intent de sortida

Un tipus de descompte molt eficaç per a la conversió és el que s'ofereix a aquests usuaris que estan a punt d'abandonar la nostra botiga online sense realitzar cap compra.

Aquest tipus d'ofertes solen presentar-se en forma de pop up amb un descompte o una oferta, que sorgeix en el moment en què l'usuari va a tancar la pestanya del navegador o a realitzar algun altre moviment perceptible que **indiqui que té intenció d'abandonar la pàgina**.

Es tracta d'**ofertes d'últim moment**, que solen oferir-se al checkout o quan l'usuari ja porta una bona estona a la pàgina i mostra amb algun moviment del cursor la seva intenció d'abandonar-la.

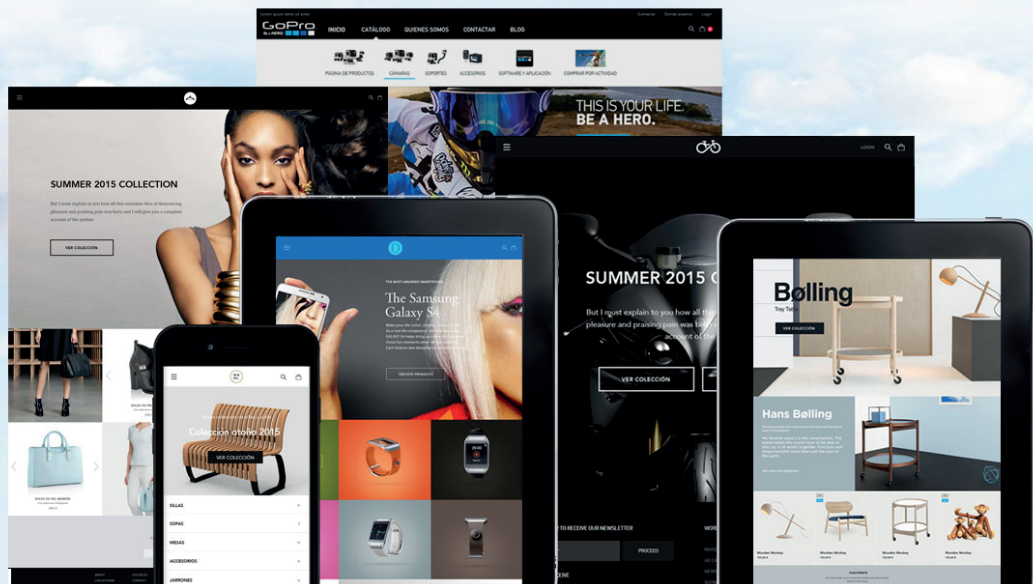
Aquest tipus d'oferta és molt efectiva, però has d'anar amb compte perquè hi ha usuaris amb molta picardia que, si detecten el patró, esperaran sempre a que **els ofereixis el descompte** per comprar.

EXEMPLE: quan un client és a punt de tancar la pestanya del navegador a una pàgina de checkout amb una cistella plena de productes, el sistema fa saltar una finestra emergent que li ofereix un **5% de descompte si acaba la seva compra en aquell moment**.

Crea la teva botiga online ara

Tot el que necessites per a vendre a internet

COMENÇAR LA PROVA GRATIS



"La plataforma és molt fàcil de fer servir,
fins i tot per a algú que no domini
el tema"

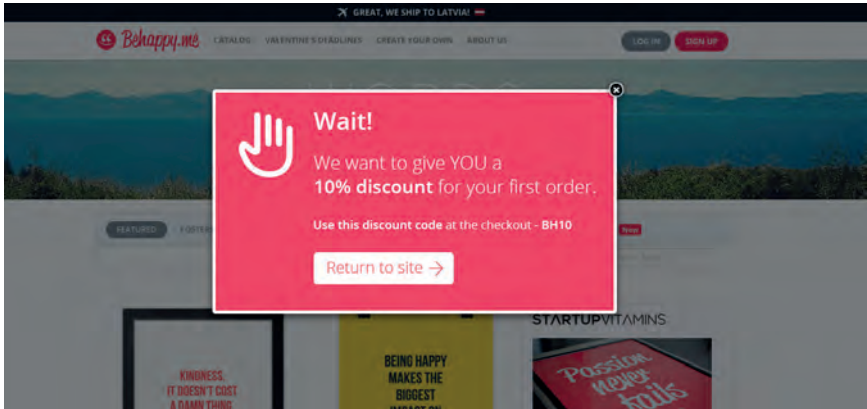
Belén de www.aixo.es

"Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad
y la facilidad de gestión y el resultado ha
sido superior a las expectativas"

Toni Aragón de www.aragaza.com



la teva plataforma e-commerce



13 – Ofertes de retargeting

Ja t'hem parlat del **retargeting** o **remarketing** en altres ocasions. Es tracta d'aquell tipus de publicitat que "**persegueix**" l'**usuari per la xarxa** després d'una visita a la nostra botiga online que ha acabat sense cap compra.

En general, el retargeting consisteix simplement a recordar a l'usuari a través de banners els **productes que ha visitat** perquè se li posin les dents llargues i acabi cedint a la idea de comprar-los.

Però hi ha una variació d'aquest tipus d'acció de màrqueting. I consisteix precisament a acompanyar la teva estratègia de retargeting **amb una oferta específica** per a aquest tipus de públic.

Si el banner de remarketing serveix per recordar-li a l'usuari **aquells productes en els quals s'ha interessat**, l'oferta serveix com a revulsiu perquè **tanqui la compra**.

BIRCHBOX™

FREE SHIPPING ON MONTHLY
BOX BRANDS & ORDERS \$50+ **

WE WANT
YOU BACK.



Take 20% off your next purchase!

Use code COMEBACK20 on your \$35+ order—offer available through Monday, August 5.*
Need some inspiration? Check out the products our members can't get enough of.

SHOP CUSTOMER FAVORITES

#14 – Oferta d'influencer

I per acabar, un tipus d'oferta que està molt de moda avui dia.

Es tracta d'ofertes específiques **oferides en exclusiva per influencers a la seva audiència**. Aquests influencers poden ser youtubers, bloggers, celebrities... Qualsevol persona amb certa popularitat **que tingui una influència demostrada** sobre les opinions i gustos de la seva audiència.

EXEMPLE: el nostre client Akira Còmics practica aquest tipus d'oferta amb molta freqüència. Ja et vam explicar aquí que la seva col·laboració amb diversos booktubers ha estat (i segueix sent) tot un èxit. Molts d'ells **ofereixen en els seus vídeos ofertes exclusives d'Akira Còmics** per als seus seguidors. Aquest seria una excel·lent exemple d'oferta d'influencer.



Conclusions

Les ofertes són una bona manera de **millorar la captació i la recurrència** dels teus clients. No obstant això, has de analitzar bé com és la teva audiència i com és el teu negoci abans de posar en pràctica tots els tipus d'ofertes que tens a la teva disposició.

Les ofertes **no són per a tothom**. Poden ser beneficioses a l'hora d'aconseguir determinats objectius de facturació, però també **perjudiquen el teu marge comercial i poden crear dependència** –fins al punt que alguns usuaris poden arribar a esperar l'oferta per comprar.

Si després de l'anàlisi decideixes que les ofertes sí són per al teu negoci, has de triar acuradament **quines són les millors per a tu i per al teu branding**. No oblidis que amb les teves accions de màrqueting també estàs comunicant quin tipus de marca ets.

Un cop fet això, mira de **provar diferents tipus d'ofertes** i repeteix aquelles amb les que obtinguis un millor resultat. Molta sort!