GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿En qué consiste la técnica del sampling?, por MailMark

Actualidad Empresarial | 14/10/2023 | 00:00

Tener la posibilidad de probar un nuevo producto o servicio gratuitamente es una manera efectiva de despertar el interés en potenciales clientes y de mostrar las ventajas y novedades que este ofrece.

A esta técnica de mercadotecnia se la conoce como sampling y, pese a que se originó algunas décadas atrás, se encuentra nuevamente en auge, de una forma diferente y evolucionada.

El sampling moderno, o las muestras gratis, ha demostrado tener muy buenos resultados en términos de marketing. La agencia MailMark es especialista en marketing directo y promociones al consumidor. Entre sus servicios se encuentra el diseño de campañas que incluyen el uso del sampling como estrategia.

¿Qué es la técnica del sampling?

El sampling es una técnica de marketing que fundamentalmente consiste en ofrecer al público objetivo una muestra de un producto o servicio de manera gratuita. Las marcas de hoy saben el potencial que tiene y que es una técnica de marketing muy efectiva, por lo que nuevamente está en expansión. Y es que está demostrado que los humanos recuerdan el 35 % de lo que prueban, pero solo un 2 % de las cosas que olfatean y un 5 % de las que miran.

A todo esto hay que sumar que un estudio realizado por The Promotion Marketing Association demostró que al menos el 72 % de los consumidores que reciben una muestra gratis terminan comprando el producto. Sin embargo, hay que destacar que el sampling no solamente es dar a probar un producto o servicio de manera gratuita, sino que se trata de ofrecer una experiencia de consumo. Es por eso que las marcas se esfuerzan en llegar cada vez más cerca del cliente, tanto a los momentos especiales en sus hogares como a su rutina diaria.

¿Qué consigue la marca?

Lograr que los consumidores prueben su producto y lo consideren como una opción de compra en el futuro.

Al tener una experiencia positiva, los consumidores aumentarán la confianza en la marca y

elegirán su producto por encima de otros competidores.

Ventajas que ofrece el sampling

El sampling es una estrategia con muchas ventajas, siendo perfecta para cuando se desea lanzar un nuevo producto o promocionar uno existente, con el fin de llegar a nuevos consumidores. El sampling también garantiza captación e incorporación de nuevos leads, además de servir como palanca de entrada ante un producto de precio elevado. Y, por último, es prácticamente la única forma de mailing con un ratio de apertura del 100 %. En definitiva, el sampling es efectivo en cualquier caso, lo que, entre otras cosas, permite a las marcas posicionarse frente a la competencia.

En MailMark son especialistas en diseño de campañas de marketing que incluyen el sampling como herramienta para lograr excelentes resultados. Su equipo de profesionales está preparado para proporcionar toda la ayuda y la asesoría necesarias para posicionar una marca y lograr una mayor visibilidad frente a su público objetivo.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/219311-en-que-consiste-la-tecnica-del-sampling-por-mailmark.htm