

Из Америки  с любовью



Scarcity

Дефицит, ограниченность предложения

Описание триггера

Что-то ценное и/или желаемое для клиента, которое пропадёт, если не будет принято решение купить сейчас. Действует когда уже создана ценность.

Пример реализации:

Пометка: «Осталось 5 штук» возле товара.



«10 лет преимуществ»
Практическая пошаговая система
molodost.bz/10-let/

Tips

Подсказки

- Чем больше создано ценности до момента использования триггера, тем лучше он работает.

Тестируйте разные дедлайны для разных ситуаций:

Например:

20 или 5 минут; 6 часов или 24 часа

- Не стоит указывать причину, если она слабая или выдуманная.

Например:

Всего 50 копий электронной книги осталось на сайте

- Большие нереальные цифры не работают.

Например:

«Осталось 10 мест» сработает лучше, чем «Осталось 150 мест».

- Триггер работает еще лучше при появлении конкуренции:

Например:

«Этот дом смотрят еще 3 человека»

«Этот отель сейчас смотрят еще 19 человек»

- Дедлайны и лимиты должны быть разными.

Вопросы

Вопрос №1

Вспомните, какие ограничения мотивировали вас к покупке?



Вопрос №2

Какой дефицит в бизнесе вы могли бы создать искусственно при условии большой потребности в вашем товаре и большого спроса?

Внедрение

Задание №1

Придумайте как внедрить триггер в ваше рекламное сообщение.

Для этого ответьте на вопрос: чем обусловлено ограничение во времени и/или количестве? Что стало причиной дефицита?



Задание №2

Разработайте и внедрите блок с триггером Scarcity для ваших маркетинговых инструментов.

Например:

- Слайд в презентации или маркетинг-ките;
- Видео об окончании продаж;
- Таймер на вашем сайте.

