

ValuePetSupplies.com se beneficia de las nuevas campañas de Shopping



Acerca de ValuePetSupplies.com

ValuePetSupplies.com es una empresa familiar fundada en 2004. Suministra artículos para mascotas y tiene su sede en Livingston, Tennessee. Vende productos de primeras marcas a través de Internet y dona parte de sus beneficios mensuales a salvar a perros de la perrera a través de Casita Big Dog Rescue.

Para obtener más información, visita www.ValuePetSupplies.com

Resumen

Resultados de las campañas de Shopping

- 650% de ROAS
- CTR mejorado
- Más conversiones
- Reducción del CPA
- Reducción a una décima parte del tiempo dedicado a campañas

Estrategia práctica

ValuePetSupplies.com vende una amplia selección de productos, desde filtros de agua hasta pañales para mascotas, empapadores para cachorros y barras masticables. Esta empresa online, con un almacén en Tennessee y empleados repartidos por cuatro estados de EE. UU., sigue una estrategia personal y práctica del negocio. Se pasó a las campañas de Shopping tras su éxito con los anuncios de ficha de producto.

Muestra de productos

Esta empresa de productos para mascotas online empezó a usar los anuncios de ficha de producto en julio de 2013, que segmentó por marca y por producto para sus artículos más vendidos. En total crearon más de 80 campañas con este tipo de publicidad. “Decidimos usar los anuncios de ficha de producto porque aprovechan la calidad de nuestro feed”, explica Nick Carter, Director de Marketing y Ventas. “Presentan la imagen y el precio de los productos junto con la insignia de Google Trusted Stores, por lo que nos permiten mostrar las promociones a los usuarios”.

Solo unos meses después, en octubre de 2013, ValuePetSupplies.com creó su primera campaña de Shopping. Este tipo de campañas permiten gestionar los anuncios de ficha de producto de manera intuitiva y vender tus productos en Google. Se trata de administrar la campaña como si fuera una tienda. Puedes consultar el inventario y agrupar los productos para los que quieres pujar. Todo desde Google AdWords. Además, dispones de funciones avanzadas de optimización e informes que te permiten medir las ventas de tus productos y calcular la oportunidad de crecimiento.

“Los valores competitivos de las campañas de Shopping cambian las reglas del juego para la optimización de pujas.”

—Nick Carter, Director de Marketing y Ventas, ValuePetSupplies.com

Mejoras en el flujo de trabajo y en las métricas

“Los anuncios de ficha de producto muestran nuestras promociones y, por lo tanto, permiten cualificar previamente al cliente que hace clic en ellos tras ver el precio”, explica Carter. “Con las campañas de Shopping hemos mejorado el flujo de trabajo y podemos gestionar mejor los anuncios de ficha de producto. Por ejemplo, con las métricas avanzadas, las pujas son más eficaces. Hemos logrado reducir el coste por adquisición (CPA) y aumentar el retorno de la inversión publicitaria un 650%.”

Acerca de las campañas de Shopping

Con las campañas de Shopping es más fácil conectar con los clientes y promocionar tus productos en Internet. Este tipo de campaña dirigida a negocios minoristas para anuncios de ficha de producto simplifica la gestión y la puja de productos, los informes sobre los resultados y la búsqueda de oportunidades para aumentar tu tráfico procedente de Google.

Acerca de los anuncios de ficha de producto

Los anuncios de ficha de producto son un formato de AdWords que contiene información más detallada del producto, como la imagen del artículo, el precio y el nombre del vendedor, sin necesidad de palabras clave o texto del anuncio adicionales. Cada vez que un usuario introduce una consulta de búsqueda relevante para un artículo en tu cuenta de Google Merchant Center, Google puede mostrar de manera automática los productos más relevantes junto con la imagen asociada, el precio y el nombre del producto.

Para obtener más información, consulta www.google.es/ads/shopping

Después de probar el sistema durante unos meses, en febrero de 2014 la empresa de venta online pasó de una campaña de anuncios de ficha de producto normal a una campaña de Shopping. El cambio no supuso problema alguno, reconoce Carter. “Las campañas de Shopping son fáciles de lanzar y de gestionar”, comenta. “Los grupos de productos permiten organizar el inventario y pujar de manera fácil y rápida a partir de los feeds de producto. Es intuitivo y fácil. Por otro lado, la estructura de las campañas de Shopping te permite ahorrar mucho trabajo, y eso nos encanta. Puedo segmentar los anuncios a nuestro catálogo de más de 8.000 productos con total eficacia”.

Pasar a las campañas de Shopping también le permitió ahorrar una gran cantidad de tiempo y, en consecuencia, mostrar todos sus productos. “Con las campañas de anuncios de ficha de producto normales de media cubría la mitad de nuestro catálogo de productos. Estaba constantemente activando y desactivando los anuncios si no tenía el ancho de banda necesario para optimizarlos todos. Era un problema”, explica Carter. “Con la campaña de Shopping solo necesito un par de horas a la semana, mientras que con las campañas de anuncios de ficha de producto necesitaba más de 20”.

Nuevas reglas de juego para la optimización

Las campañas de Shopping son ahora un importante canal de marketing para ValuePetSupplies.com. Cubren el 80% del catálogo de productos y proporcionan más de un tercio de las conversiones de AdWords. “Los valores competitivos de las campañas de Shopping cambian las reglas del juego para la optimización de pujas”, añade Carter.

Además, con el porcentaje de clics (CTR) de referencia, el coste máximo por clic (CPC) de referencia y el porcentaje de impresiones, ahora los anunciantes disponen de una orientación clara para poder optimizar sus anuncios de ficha de producto. “Con el porcentaje de impresiones puedo saber en seguida si un grupo de productos está funcionando bien o no”, explica Carter. “Si el valor del porcentaje de impresiones es bajo, reviso más a fondo el CTR de referencia y el CPC máximo, y ajusto las pujas en consecuencia. Con estos valores de la competencia, lo tengo más claro a la hora de pujar”.

“Las campañas de Shopping son fundamentales para nuestra estrategia general de ofrecer buenas promociones a los usuarios que buscan de forma activa nuestros productos.”

—Nick Carter, Director de Marketing y Ventas, ValuePetSupplies.com

Ahorra problemas y aumenta los beneficios

“Las campañas de Shopping son fundamentales para nuestra estrategia general de ofrecer de manera fácil buenas promociones a los usuarios que buscan de forma activa nuestros productos.”—Nick Carter, Director de Marketing y Ventas, ValuePetSupplies.com “Google es el principal lugar para llegar a ellos y las campañas de Shopping nos conectan con nuestros clientes con el mínimo esfuerzo y el máximo beneficio. Todo son ventajas.”

