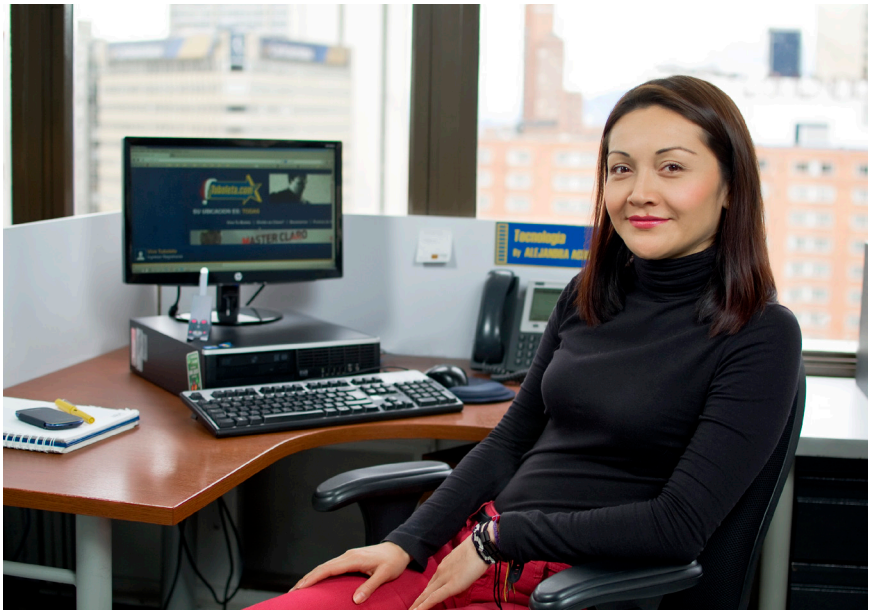
Con DFP Small Business, Tuboleta.com promociona con mayor eficiencia los eventos que suceden en lugares específicos



Sobre Tuboleta.com

- vive.tuboleta.com
- Bogotá, Colombia
- Venta de boletos para eventos en Colombia, Ecuador y Perú

Objetivo

- Optimizar los espacios publicitarios en su página e incrementar los ingresos

Enfoque

- Utilizar DFP como único administrador de publicidad
- Combinarlo con AdSense cuando las pautas están vacías

Resultado

- Optimizó el trabajo de los editores e incrementó las ganancias en publicidad

Desde el año 2006 el sitio vive.tuboleta.com empezó a operar en el mercado colombiano de venta de boletería para los diferentes eventos que suceden en el país. Al día de hoy, la empresa también tiene presencia en Perú y Ecuador. Tuboleta.com cuenta con 60 empleados administrativos y, dependiendo del momento específico en los diferentes puntos de venta, este número puede aumentar entre 100 y 200 personas. Reciben mensualmente 400.000 visitas, aunque este número puede variar según los eventos que se promocionan durante este periodo.

Alejandra Acosta, Ingeniera de Aplicación encargada de la estrategia de publicidad online de Tuboleta.com, está convencida de las ventajas que los servicios de Google ofrecen a empresas pequeñas. “Anteriormente utilizábamos un servidor de anuncios, pero no todos los espacios estaban llenos ni fijos, además de que generaban un cobro por impresión”, nos comenta Alejandra. “Nos estaba generando un gasto innecesario a la compañía”. Fue así como decidieron probar la herramienta de AdSense y después consideraron los beneficios de implementar DoubleClick for Publishers (DFP) Small Business.

Alejandra comenta que no fue difícil entrenarse en la utilización de DFP Small Business, y en poco tiempo ya habían puesto en marcha su nueva estrategia de monetización. “Al inicio creamos un servidor de prueba con el cual vimos su funcionamiento. Estas pruebas funcionaron a la perfección y actualmente no tenemos ningún problema con la utilización de esta herramienta”, explica la ingeniera de Tuboleta.com.

DFP se ha convertido en su mejor herramienta

Los beneficios de usar DFP fueron inmediatos para Tuboleta.com, ya que se adaptó a la perfección con su modelo de negocio. Sólo cuentan con un servicio de venta para anunciantes directos y el resto es autopauta de los eventos que promocionan según lo establecido con los respectivos

"Tenemos más información y sabemos qué impacto tiene para el público objetivo."
— Alejandra Acosta, Ingeniera de Aplicación.

promotores. La venta de publicidad complementa los ingresos que obtienen por la venta de boletos para conciertos, eventos y otras presentaciones.

Alejandra está encantada con las ventajas de usar DFP: "Podemos obtener información de la segmentación del público que nos visita. Con esta información tomamos acciones importantes para la promoción de los eventos en las diferentes ciudades, según el público objetivo que reporta DFP. Además de ello, es práctico poder presentar dos eventos en el mismo espacio". Antes de utilizar DFP no tenían forma de hacerse de esta valiosa información y no había forma de saber con exactitud qué publicidad era más relevante para el sitio, "Ahora sí tenemos esa información y sabemos qué impacto tiene para el público objetivo, que varía de acuerdo al tipo de evento", comenta Alejandra.

Dos servicios en uno

Al mismo tiempo, al implementar también el uso de AdSense, Tuboleta.com maximizó sus beneficios. "Usamos AdSense para el relleno de anuncios cuando los espacios no tienen pauta y esto ha generado ingresos. Además, el impacto ha sido positivo para manejar mejor los tiempos, ya que con las modificaciones constantes que se han realizado en el sitio, se programan los anuncios y simplemente se espera a que se publiquen. Esta es una gran ventaja porque así no se daña el sitio al no tener que hacer cambios constantes", nos dice Alejandra.

Al utilizar la funcionalidad integrada de AdSense que tiene DFP Small Business, Tuboleta.com ha podido controlar sus contenidos tanto de día como de noche. "En el día publicamos con autopauta y en la noche sólo sirve AdSense", comenta Alejandra, "Esto funciona así en un sólo espacio, el resto, si acaba la publicación de la pauta y cuando no hay nada más que publicar, sube automáticamente AdSense".

La cooperación entre ambos servicios les ha permitido que siempre estén ocupados los espacios publicitarios dentro de su sitio, alternándose uno tras otro. De esta forma no sólo hacen más eficiente el control del tiempo que se emplea en configurar la página y la publicidad en ella, sino que también aumentan sus ganancias sostenidamente.

"Estamos muy contentos con DFP Small Business y el trabajo que desempeña en optimizar el trabajo de los editores", concluye Alejandra.

Acerca de DFP Small Business

DoubleClick for Publishers (DFP) Small Business es una solución de publicación de anuncios potente, pero fácil de usar, que ayuda a los editores de sitios web a administrar el creciente negocio de la publicidad en línea. Con funciones como seguimiento optimizado de anuncios, administración de inventario, mejora de ingresos y detallados informes granulares, DFP Small Business pone a disposición de los editores un completo conjunto de herramientas para la publicación de anuncios y la optimización de ingresos en los anuncios de venta directa, de AdSense y de las redes publicitarias.

Más información en:
www.google.com/dfp/sb

© 2013 Google Inc. All rights reserved. Google and the Google logo are trademarks of Google Inc.
All other company and product names may be trademarks of the respective companies with which they are associated.