

AdWords: El verdadero secreto del éxito, según JEVNET

Las tiendas online disputan una dura batalla por la venta de productos en fechas señaladas. Una buena estrategia digital se convierte en factor fundamental para lograr el éxito de las campañas y el aumento de las conversiones

A día de hoy, aún es posible hacer que las campañas de PPC de una marca obtengan un ROI positivo.

Pero, ¿cómo hacerlo?

A continuación, se explica cómo el poder de una buena estrategia en Adwords hizo que una de las empresas líder dentro del sector de la belleza y el cuidado corporal en España obtuviera un retorno de su inversión positivo.

Inmersa en un nicho muy competido y con multitud de marcas luchando por las primeras posiciones, aumentar la captación de leads cualificados en un periodo corto de tiempo no es nunca un objetivo fácil.

El reto

Aumentar el número de leads durante la primera semana de rebajas, un objetivo común para todas las agencias que lo convierte en una temporada de lucha entre marcas. Para poder dirigir más tráfico a las landings es necesaria una nueva estrategia de PPC enfocada a la captación de nuevos leads.

Hay que basarse en un exhaustivo estudio de nuevas palabras clave y duplicar todas aquellas que han registrado conversiones durante los últimos 6 meses añadiendo palabras de alto valor transaccional, como rebajas, ofertas, descuentos, etc.

Se debe dividir el tráfico a varias landings pages que permitan testear el comportamiento de los usuarios en cada una de ellas y reaccionar con mucha agilidad para optimizar las que den mejores resultados.

Se debe recordar que se dispone de un breve periodo de tiempo para conseguir objetivos.

Si se ha realizado un trabajo previo de test en campañas anteriores facilita el poder de salir con landings muy testeadas.

¿El Resultado?

Se puede lograr un aumento de los leads del 93,6%. Un éxito espectacular, que puede llegar hasta un aumento del 50%, algo que se puede traducir en un aumento de las conversiones del 139%.

Conclusión

Es esencial conocer la audiencia a la que uno se dirige y ser capaz de capitalizar las campañas replicando las miles de posibles búsquedas que realiza el usuario.

La automatización de procesos en estos casos es crítica para poder abarcar todo el espectro de posibilidades.

Es muy importante disponer de una mentalidad de continua experimentación y testing en las landings de cada cliente, fue vital para poder salir con mucho conocimiento ya adquirido y poder reaccionar de forma rápida.

Un continuo estudio de palabras clave que ofrezcan nuevas oportunidades, el testing de las landings y la rotación de los anuncios pueden convertir las campañas de PPC en todo un éxito.

JEVNET es una Agencia de Marketing Online especializada en la gestión y optimización de campañas SEM, SEO y Social Ads.

El objetivo debe ser siempre ayudar a los clientes a alcanzar sus objetivos.

Datos de contacto:

JEVNET
932181823

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>