

Google Partners | Back to School





Vuelta a clases

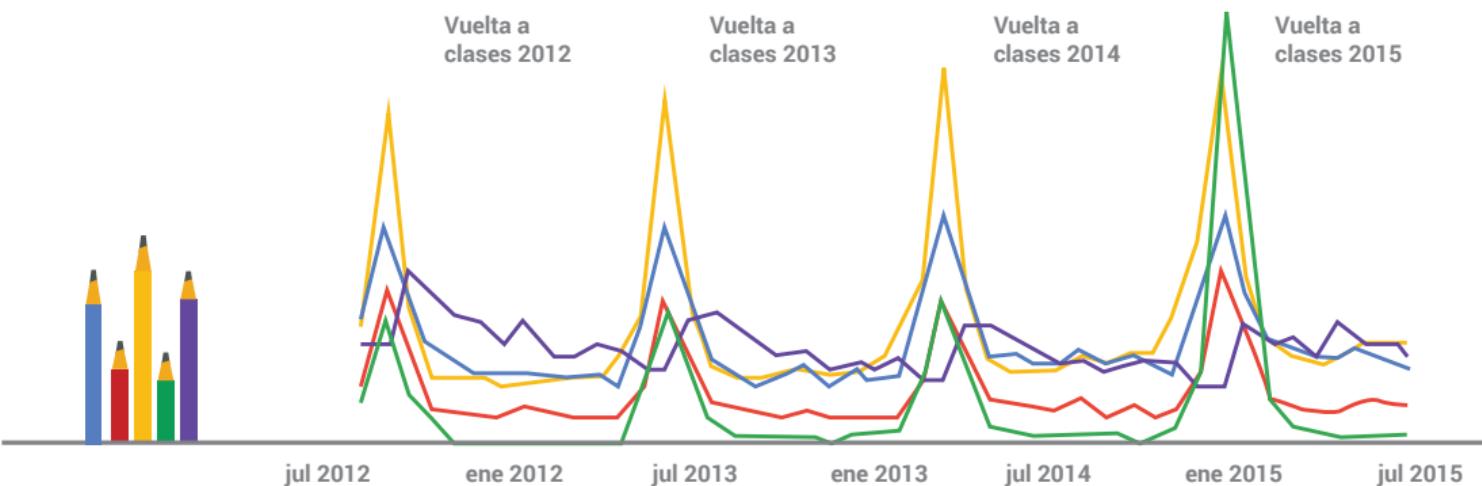
¿Sabías que casi 5 millones de estudiantes chilenos vuelven a clases en marzo del 2016?

Esto genera una gran oportunidad de compras relacionadas. En esta guía te daremos la información y consejos necesarios para que le saques el máximo provecho a tus campañas en AdWords y logres ser exitoso en la web esta temporada.

Google Partners | Back to School

Tendencias y estacionalidad

Las búsquedas de Back to School crecen cada año y comienzan en enero:



Uniformes



Cuadernos



Mochilas



Utiles Escolares



Computadoras

Fuente: Google Internal Data, 2014 y 2015.

Google Partners | Back to School

¿Cuáles son las búsquedas que más aumentan en Back to School?

Los productos que más crecen en búsquedas respecto al promedio anual son:



+229%

Libros
Escolares



+108%

Útiles
Escolares



+76%

Uniformes



+53%

Comienzo
de Clases



+35%

Mochilas



+24%

PC escritorio



+14%

Calzado



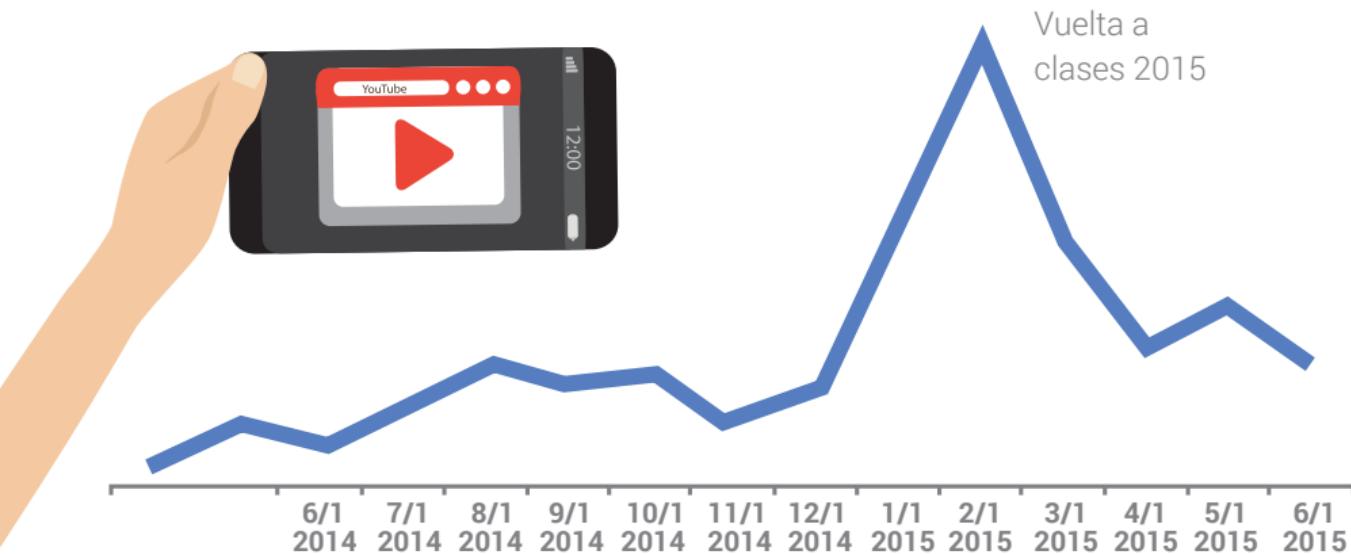
+8%

Laptops

Google Partners | Back to School

Búsquedas en YouTube

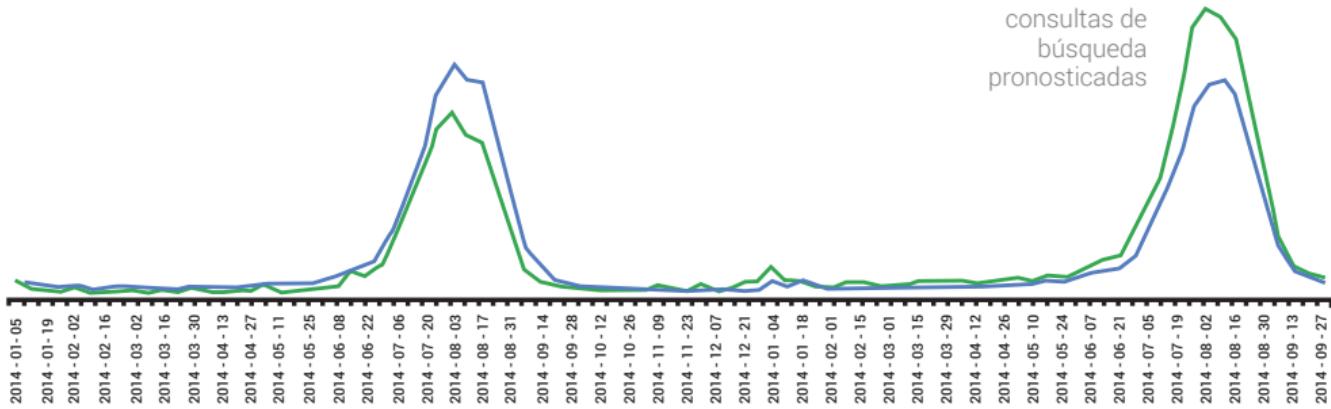
Las búsquedas relacionadas a Back to School en YouTube crecieron un 41%.



Google Partners | Back to School

¿Cómo evolucionan las búsquedas y compras desde los dispositivos móviles?

56% de las búsquedas de Back to School vendrán de celulares este año vs. 42% el año pasado:



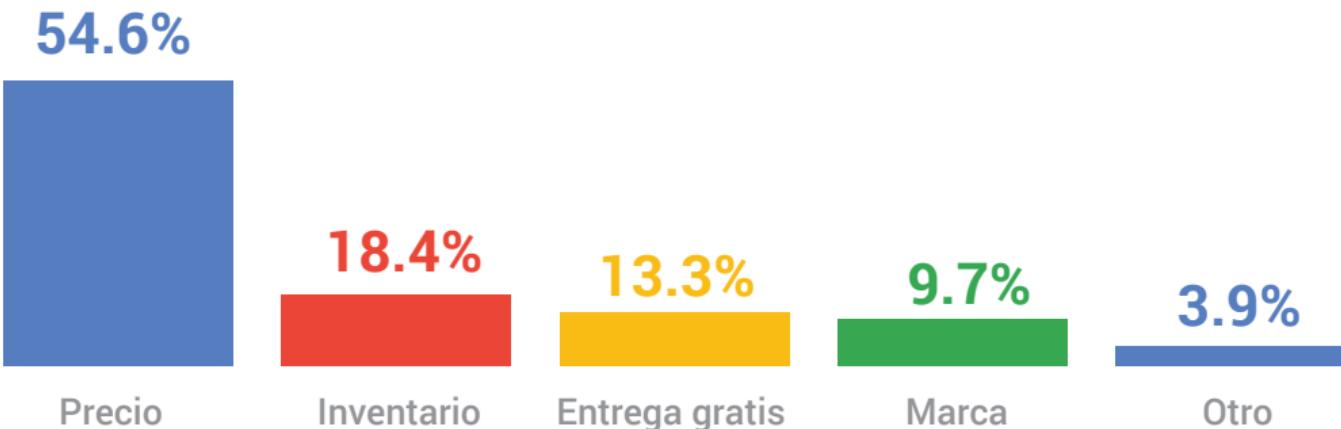
50% de los consumidores usarán un smartphone para comprar.

Google Partners | Back to School

¿Cómo son las compras de Back to School?

Las compras de **“Back to School”** están dentro de los mayores gastos del mes de marzo y en promedio los hogares gastan unos **\$70.000 pesos** más que otros meses.

El precio es el principal factor a considerar al comprar ropa para la vuelta a clases:



Google Partners | Back to School

¿Cuáles son los principales productos a comprar?

Los principales productos a comprar en **“Back to School”** son:



68%
Ropa



52%
Calzado



47%
Mochilas



21%
Laptops / Electrónicos

54% de los universitarios hacen sus propias compras y en particular, buscan comprar:



38%
Ropa y calzado



26%
Mochilas



21%
Laptops / Electrónicos



15%
Estuche para
laptops / tablets

Google Partners | Back to School

Definición de Audiencias

Para identificar los distintos tipos de consumidores que existen, debemos pensar el **objetivo final** que tienen:



Ver

Cualquier persona que pueda necesitar productos para el colegio, para ellos o para un familiar



Pensar

- y está pensando en comprar y elegiendo productos



Hacer

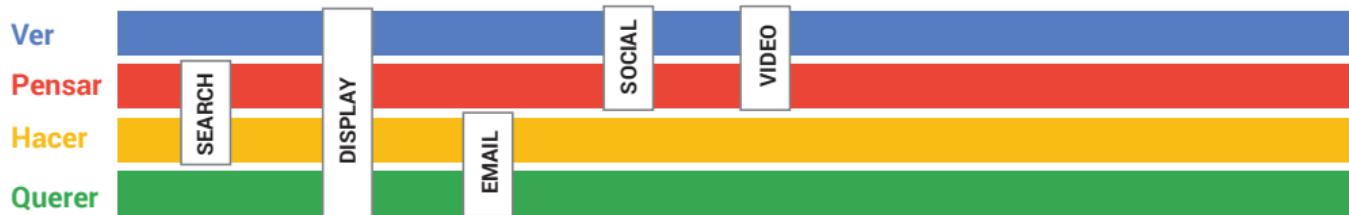
- y está listo para comprar ahora



Querer

- y te ha comprado directamente 2 o más veces

Estrategias online para cada objetivo:

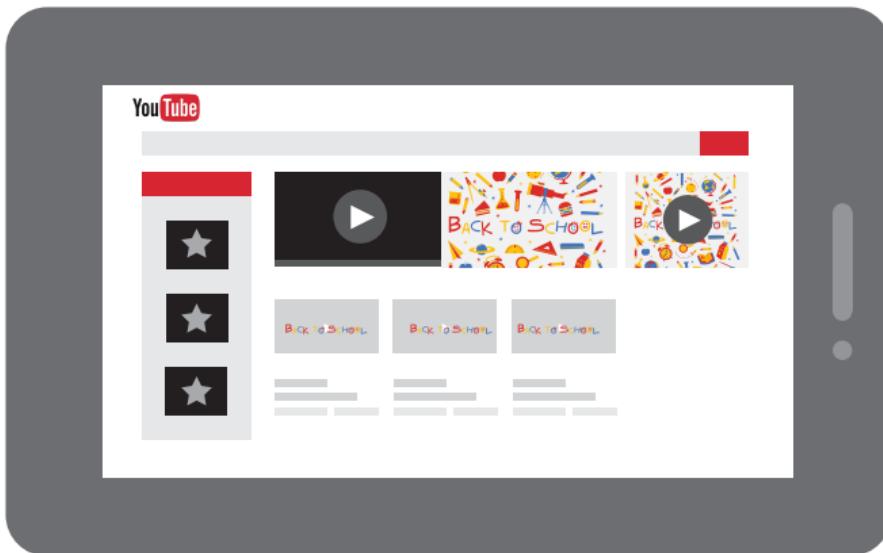


Google Partners | Back to School

Objetivo: VER

Apodérate del Home de YouTube para generar el mayor alcance al mejor precio

Crea anuncios de video TrueView como una manera emocionante e interactiva de atraer clientes



Google Partners | Back to School

Objetivo: PENSAR

Los consumidores esperan un catálogo



Utiliza un catálogo escalable, eficiente y medible



- **4%** de engagement promedio
- **100 CLP*** por interacción
- Promoción y creatividades multi- dispositivo

Informa y educa a los consumidores con los catálogos de Gmail



- **6%** de aperturas promedio.
- **80 CLP*** por apertura
- Catálogos, formularios, videos e imágenes en un formato full-screen targeteando únicamente usuarios de Gmail.

Google Partners | Back to School

Objetivo: HACER

- Debes estar en el momento más relevante
- Utiliza Remarketing para volver a comunicarte con los que se interesaron por ti y cerrar la venta



- Puedes utilizarlo para Search, Display y YouTube.
- Segmenta personas que visitaron tu sitio, vieron un video, hicieron click en un anuncio o mucho más.

Google Partners | Back to School

Objetivo: QUERER

- Un cliente nuevo cuesta **5-10x** más que mantener un cliente antiguo.
- De los clientes que ya nos compraron, un **67%** lo hace nuevamente.
- **Comunica** a tu base de datos de clientes usando **Customer Match**.



¿Quiénes son mis clientes leales?



¿Quién no ha comprado en un tiempo?



¿Quién es probable me considere?

Puedes utilizarlo para **Search, Gmail y YouTube**.

Carga tu propia base de datos para crear una **comunicación personalizada**.



Puedes mostrar anuncios y promociones a personas que ya utilizan tus **apps**.

Fuente: Google Internal Data, 2014 y 2015.

Google Partners | Back to School

Tres mensajes que debes recordar en la temporada de Back to School

1

Llega temprano y ten presencia online. Año a año, más consumidores investigan en la web antes de hacer compras. Cada vez empiezan con mayor anticipación. Utiliza este tiempo para influenciar las decisiones de tus consumidores y estar presente online cuando llegue la hora de comprar.

2

Mira las tendencias de los productos más buscados. Teniendo en cuenta los datos proporcionados en estas datacards puedes saber cuáles son los productos más buscados de esta temporada.

3

Crea el puente entre la búsqueda y el lugar de compra. Con una experiencia móvil exitosa y anuncios específicos para móviles, como extensiones de ubicación o de llamada, la transición de la búsqueda a la compra es más rápida y fácil.