



## Acerca de Morhipo

Sitio web de comercio electrónico  
Sede en Estambul  
Fundada en el 2011

### OBJETIVOS

- Adquisición de nuevos clientes
- Aumento del tráfico de calidad
- Incremento de las ventas

### EL ENFOQUE

- Optimización de los anuncios de Google Shopping para incrementar el rendimiento de las compras

### LOS RESULTADOS

- Total de conversiones quintuplicado
- Número de conversiones multidispositivo quintuplicado
- Disminución del coste medio por clic en un 55%
- Incremento del retorno de la inversión en un 80%

## Morhipo.com consigue aumentar el retorno de la inversión en un 80% gracias a los anuncios de Google Shopping

*El sitio web de comercio electrónico Morhipo.com, una filial de Boyner Group fundada en el 2011, ofrece más de 5000 marcas y cientos de miles de artículos de ropa y complementos para hombre, mujer y niño, así como cosméticos, productos de decoración del hogar y electrodomésticos. Con el objetivo de aumentar el tráfico, conseguir nuevos clientes de calidad e incrementar las ventas, la empresa apostó por poner en marcha campañas de Google Shopping basadas en feeds para mostrar imágenes y precios de forma inteligente a los usuarios interesados.*

La estrategia inicial del equipo consistió en dividir los artículos en dos tipos de productos: los estacionales y los de campaña, es decir, los que se promocionarían durante una temporada y los que se promocionarían durante tres o cuatro días, respectivamente. A continuación, crearon dos campañas publicitarias, una para los productos estacionales y otra para los de campaña.

Clasificaron los productos de campaña por marcas, y los productos estacionales, por categorías, marcas y grupos de productos.

Esta configuración estandarizada facilitó la gestión de pujas y optimizaciones.

A continuación, Morhipo.com dedicó sus esfuerzos a optimizar el feed especificando nombres descriptivos, tamaños, colores y descripciones de productos con información detallada y útil. También añadió cinco etiquetas personalizadas para facilitar las optimizaciones y la segmentación.

***"La Búsqueda de Google es el punto de partida para la mayoría de los clientes que buscan información sobre productos en Internet. Poder mostrarles nuestra selección diaria de productos en ese momento es una gran ventaja que otras soluciones no proporcionan. Google Shopping es uno de los canales más eficaces para captar nuevos clientes. "***

-Ata Aydemir, director de Canales Digitales de Morhipo.

Este enfoque inteligente resultó muy rentable: la marca no solo quintuplicó el valor interanual del total de conversiones, al igual que el número de conversiones multidispositivo, sino que también disminuyó el coste medio por clic un 55% y aumentó el retorno de la inversión un 80%.

Animado por este éxito, el equipo ha decidido centrarse más en las campañas de Google Shopping. Por ejemplo, ha empezado a utilizar segmentos de CRM propios en la segmentación por audiencia de AdWords para establecer pujas más elevadas para sus clientes más valiosos. "También hemos empezado a invertir más tiempo en crear títulos, descripciones y especificaciones de productos", apunta Ata Aydemir, director de Canales Digitales de la empresa.

"Estamos convencidos de que las especificaciones de productos que introduzcamos en nuestro sistema remoto se reflejarán en nuestro feed de Google Shopping, de modo que podremos satisfacer más consultas de búsqueda e incrementar el tráfico a nuestro sitio web".

