



OBJETIVOS

- Aumentar las ventas online.
- Reducir los costes de transacción de la venta online.
- Crecer expandiéndose a nuevos mercados.

ESTRATEGIA

- Trabajar con campañas de Shopping para llegar a su audiencia.
- Creación de una estrategia multicanal centrándonos en Shopping.
- Optimizar las campañas de Shopping y crear campañas de remarketing para cerrar las ventas.

RESULTADOS

- Mejora del ROI de la campaña en un 36%.
- Aumento del +348% de los ingresos en 2016.

Una nueva estrategia de Shopping en SuperStudio ayudó a aumentar sus ingresos en un 348%

Superstudio es una empresa cuyo objetivo es ofrecer piezas mobiliarias de diseño y calidad de venta online. Sabiendo que casi el 100% de sus ventas venían a través del canal online, su estrategia digital se ha basado siempre en Adwords a través de la tecnología de [RocketROI](#). Con el objetivo de aumentar el público al que llegaban y así seguir creciendo, comenzaron a trabajar con Shopping y Remarketing. Adoptaron una estrategia multicanal para llegar a un nuevo público: B2C, basada en optimizar las campañas de Shopping y los feeds de datos así como crear campañas de remarketing para cerrar las ventas. Tras el primer éxito de las campañas, el siguiente paso fue expandirse a nuevos mercados siguiendo la misma estrategia que había triunfado en España.

El objetivo:

Superstudio quería aumentar las ventas mediante la expansión a nuevos mercados y llegando a nuevos usuarios.

El enfoque:

La primera oportunidad que detectó Superstudio fue ampliar su cliente objetivo, pasando de centrarse en B2B a B2C. El reto estaba pues, en encontrar la manera más eficaz de llegar a este público nuevo para ellos.

La solución que escogieron fue Shopping: comenzaron con la creación y optimización de campañas de Shopping optimizando las pujas de las mismas. Un punto super importante del proceso fue la correcta optimización de los feed de Shopping, pues gracias a su calidad y a su buena estructura fueron capaces de hacer aparecer sus anuncios en primera página.

De esta manera, Superstudio, apoyado con [RocketROI](#) encontró su espacio en el mercado de long tail y comenzó a mostrarse al ciudadano de a pie. Al ser un producto “premium” la venta no siempre se producía con la primera interacción del usuario, por este motivo, comenzó a trabajar con remarketing dinámico, y así cerrar las ventas de usuarios que habían mostrado interés en sus productos pero que no se habían decidido todavía.

Los resultados

- Crecimiento del +7000% en facturación YoY.
- Disminución del 70% del coste por conversión.
- Apertura de 7 mercados nuevos en los dos años.
- Aumento de 60k visitas al mes a 1,2M.

Conclusiones y próximos pasos

En definitiva, Superstudio conjuntamente con su partner tecnológico [RocketROI](#) optó por redefinir su estrategia digital fundamentándose en Shopping lo que le llevó a aparecer en el lugar y momento correctos para llegar a su cliente potencial. Gracias a ello, seguirá expandiéndose a nuevos mercados y ampliando su red de distribución.