

CASE STUDY

Intel migliora il ROI di centinaia di campagne globali con un innovativo impiego degli RSLA

Intel Corporation è un'azienda leader nel settore tecnologico nota per i suoi avanzatissimi processori per computer, server e dispositivi connessi a Internet che fornisce ai maggiori brand del settore, come Dell. Forte di un'esperienza più che decennale nella pubblicità online con AdWords, Intel si avvale sia di annunci della rete di ricerca sia di annunci display per far conoscere ai consumatori le più recenti tecnologie informatiche e i prodotti che possono migliorare la loro quotidianità.

Mantenere coinvolti i clienti più redditizi

Intel sa che i suoi clienti amano investire molto tempo nella ricerca di prodotti online. Per incoraggiare i visitatori a fare un passo in più e acquistare prodotti presso il suo sito web, Intel e iProspect, un'agenzia di performance marketing, hanno deciso di servirsi degli elenchi per il remarketing per gli annunci della rete di ricerca (RLSA). Gli RLSA aiutano a sfruttare al meglio gli annunci della rete di ricerca concentrandosi sui consumatori che sono già in una fase più avanzata della canalizzazione di acquisto, in quanto consentono di formulare le offerte per le parole chiave e il testo degli annunci nel modo più adatto per i potenziali clienti più promettenti (persone che hanno visitato il sito web) nel momento in cui cercano un prodotto su Google.com.

Gli RLSA hanno prodotto un incremento del 30% del CVR e ci hanno dato modo di mantenere i contatti con questi clienti preziosi su larga scala.



Obiettivi

- Differenziare i prodotti Intel per i visitatori del sito web globale dell'azienda
- Incrementare le conversioni dei visitatori di ritorno
- Migliorare l'efficienza dei costi di oltre 500 campagne nella rete di ricerca

Approccio

- Impiego di RLSA per le campagne in 23 mercati
- Incremento delle offerte per i clienti più promettenti
- Formulazione di messaggi specifici per i visitatori di ritorno
- Riduzione delle offerte per i visitatori che trascorrono meno tempo sul sito

Risultati

- Impiego di RLSA per le campagne in 23 mercati
- Incremento delle offerte per i clienti più promettenti
- Formulazione di messaggi specifici per i visitatori di ritorno
- Riduzione delle offerte per i visitatori che trascorrono meno tempo sul sito

“È importante sapere che un cliente ha già visitato il tuo sito in passato. Date le dimensioni della nostra azienda, dobbiamo rimanere fedeli al nostro messaggio fondamentale e allo stesso tempo interessare i clienti alle centinaia di prodotti che offriamo nei singoli mercati in cui operiamo in tutto il mondo. Gli RLSA hanno prodotto un incremento del 30% del CVR e ci hanno dato modo di mantenere i contatti con questi clienti preziosi su larga scala”, ha affermato Corey Carrillo, Senior SEM and Performance Media Manager di Intel.

Il messaggio giusto al momento giusto

Nel 2015, Intel decise di utilizzare gli RLSA in 582 campagne e 23 mercati, tra cui Brasile, India e Giappone. L'azienda voleva assicurare esperienze uniche e personalizzate ai visitatori che ritornavano su intel.com. A tal fine, creò elenchi per il remarketing basati sui visitatori del sito e li applicò a tutte le campagne “sempre attive” nella rete di ricerca; dopodiché, il team di marketing adattò i messaggi e le pagine di destinazione ai termini di ricerca utilizzati e alle ultime pagine visitate dagli utenti. Inoltre, modificò le offerte in rapporto alla probabilità di conversione dei clienti, ossia diminuendo l'offerta per gli annunci mostrati ai visitatori che trascorrevano meno tempo sul sito.

I risultati degli RLSA

Dopo aver aumentato le offerte per i termini più redditizi e adattato il messaggio ai visitatori di ritorno, l'azienda ha riscontrato un incremento del 49% del CTR e del 30% del CVR. Non solo: con l'aumento delle offerte, il CPA è diminuito dell'11%.

“Gli RLSA hanno sfruttato meglio il nostro budget per AdWords, contribuendo a un aumento delle conversioni e aiutandoci a gestire i costi più efficacemente su una scala più vasta”, ha concluso Carrillo.