



## Sporting: El e-commerce tucumano que potencia sus ventas en momentos clave con las soluciones de Google



160X

en ventas en los primeros dos años con Google Ads



6X

en ventas durante la semana de Hot Sale con respecto a una semana promedio



50%

de sus ventas durante la semana de Hot Sale vinieron de sus anuncios en Google

### Acerca de Sporting

Sporting es una empresa familiar de San Miguel de Tucumán especializada en la venta de artículos deportivos, con tiendas presentes desde el Norte de la Argentina hasta Mendoza. Hace cuatro años desarrolló una plataforma de e-commerce para llegar a todo el país.

Conocela en [www.sporting.com.ar](http://www.sporting.com.ar).

### Objetivo

Impulsar sus ventas a través de su sitio de e-commerce para convertirlo en el mayor canal de ventas.

### Soluciones de Google

Campañas de búsqueda de Google Ads para estar presente en los momentos en que los potenciales clientes de toda la Argentina quieren comprar artículos deportivos.

Campañas de Google Shopping para mostrar sus productos con imágenes y precios directamente en los resultados de búsqueda cuando sus potenciales clientes tienen intención de comprar.

### Resultados

En solo dos años, anunciando en Google, Sporting logró multiplicar por 160 las ventas mensuales de su e-commerce. Además, durante la semana de Hot Sale 2017, logró vender 6 veces más que en una semana promedio y el 50% de esas ventas provino de Google Ads. Hoy, el e-commerce genera más ventas que 40 de sus 50 locales físicos y esperan que este año se convierta en el canal número uno.

# Su historia y cómo crecieron con Google

Antonio Luquín había sido gerente en una importante zapatería y en 1938 fundó su propio negocio del mismo rubro en la ciudad de San Miguel de Tucumán. Ese fue el punto de partida de un emprendimiento que continuaron su hijo Oscar y sus nietos Esteban y Mariela. Hoy, la firma tiene 50 locales en varias ciudades del país: el rubro más exitoso es la venta de artículos deportivos.

En 2012 desarrollaron el sitio web y comenzaron a vender sus productos en Internet bajo el nombre de Sporting. Al principio, solo tenían unas 10 ventas mensuales, pero su objetivo era que el sitio de e-commerce despegara aún más, por eso decidieron apostar a Google y enseguida las ventas comenzaron a crecer.

Con Google Ads, cuando un cliente quiere comprar alguno de sus productos y hace una búsqueda en Google, puede encontrar el anuncio de Sporting y entrar al e-commerce. **De esta forma, en solo dos años lograron multiplicar por 160 sus ventas mensuales. Hoy, el e-commerce genera más ventas que 40 de sus 50 locales físicos y esperan que este año se convierta en el canal número uno.**

Un momento muy importante para el impulso de las ventas de Sporting fue la edición de Hot Sale 2017, uno de los eventos de ofertas y descuentos online más importantes de la Argentina. “Queríamos llegar a nuestros clientes especialmente en esa fecha, que es una de las fechas clave para las ventas”, cuenta Solana Toll Stordeur, la encargada de desarrollar la estrategia de marketing digital. “El equipo de soporte de Google nos ayudó mucho para planear una estrategia fuerte los días previos a Hot Sale y llegar bien preparados. Juntos armamos una campaña de Búsqueda en Google Ads y nuestras ventas explotaron”, explica. **Durante la semana de Hot Sale registraron 6 veces más ventas que en una semana promedio, de las cuales el 50% provino de sus anuncios en Google.**



“La ayuda de las herramientas de Google y de su equipo de soporte fue fundamental para que nuestro negocio creciera de la mano de digital. Armamos una campaña de Búsqueda en Google Ads y nuestras ventas explotaron”

Solana Toll Stordeur, responsable del Marketing Digital en Sporting

También, fueron pioneros en lanzar una campaña de Google Shopping para reforzar sus campañas de Búsqueda. Así, cuando un cliente busca en Google los productos que ofrecen, estos aparecen directamente en los resultados de la búsqueda con imágenes y precios.

“La ayuda de las herramientas de Google y de su equipo de soporte fue fundamental para que nuestro negocio creciera de la mano de digital”, señala Solana. “Los expertos de Google están muy atentos a oportunidades de mejora y nos enseñan todos los días. El principal logro fue mantener estables las ventas después de eventos como Hot Sale. Eso lo pudimos lograr gracias a su asesoramiento”, agrega.

El desarrollo de Sporting se refleja en las oportunidades para 580 empleados, en las cuatro plantas de distribución (dos en Tucumán, una en Salta y otra en Mendoza) y en las ventas que realiza en todo el país.

Las posibilidades de desarrollo del negocio online en Sporting son enormes y su planificación es muy ambiciosa. Para el futuro buscan convertir a su e-commerce en su principal herramienta de venta. ¿Cuál será la estrategia? “Vamos a apostar fuerte a las soluciones de Google. Ese es el camino que elegimos para lograr esta transformación”, asegura Solana.

