

Cómo Verti Alemania consiguió aumentar un 20% sus conversiones utilizando Google Marketing Platform y Gauss AI

Diciembre 2018 | Audiencias, Automatización, Casos de Éxito Internacionales

Verti Alemania, compañía de seguros online del grupo Mapfre, tenía como reto aumentar las ventas optimizando la inversión. Elaborando una estrategia de audiencias y utilizando un modelo predictivo basado en Inteligencia Artificial de la plataforma Gauss AI , consiguió aumentar las ventas un 20% reduciendo la inversión en campañas de Display & Video 360 un 45%.

Objetivos:

- Incrementar conversiones.
- Optimizar inversión.

Enfoque:

- Creación de un modelo predictivo.
- Recolección de datos.
- Cálculo de probabilidad de puntuación.

- Estrategia de audiencias.
- Creación de campañas (Gráfica y vídeo).
- Análisis de resultados.

Resultados:

- 20% de aumento en conversiones.
 - Optimización de inversión en un 45%.
 - Incremento del volumen de transacciones un 16%.
 - Reducción del 55% de CPA.
-

Objetivos:

La compañía de seguros quería **incrementar las ventas y optimizar la inversión** identificando a aquellos que tenían una baja probabilidad de comprar reduciendo el número de impactos publicitarios a estos usuarios de baja probabilidad en las campañas de Search Ads 360 (RLSA) y Display/Vídeo.

Enfoque:

Verti, en colaboración con el equipo de Google y la consultora [Making Science](#), desarrolló **una estrategia de audiencias con el objetivo de optimizar el presupuesto** dedicado a prospección y remarketing. Para conseguir optimizar la audiencia utilizaron la herramienta Gauss AI aplicando un **modelo predictivo basado en machine learning y redes neuronales** que, con los datos extraídos de Google Marketing Platform, podría predecir la probabilidad de compra de los usuarios.

Para conseguir esta predicción de comportamiento, la plataforma Gauss AI utiliza los datos del volcado de Analytics 360 en [Big Query](#), un almacén de datos empresariales de Google de gran escalabilidad diseñado para mejorar la productividad de los analistas de datos.

La plataforma Gauss AI funciona sobre [Compute Engine](#), y realiza los cálculos de **probabilidades de compra de cada visitante de la web y automáticamente genera audiencias y segmentos con estos usuarios**. Dichas audiencias fueron utilizadas en las campañas de remarketing negativizando a los usuarios con score más bajo, mientras que en las campañas de prospección se hizo lo propio con los usuarios Look a Like.

Posteriormente se creó una campaña con anuncios gráficos y vídeo basados en audiencias inteligentes con altas probabilidades de compra y se analizaron los resultados para ajustar el modelo.

Resultados:

Tras dos meses del comienzo de la acción, Verti **aumentó las ventas en un 20% y redujo la inversión en campañas de Display y Video 360 (prospección y remarketing) en un 45%. Además, el volumen de transacciones** de la compañía de seguros incrementó un 16% con una reducción del 55% de CPA en campañas de remarketing. Este desarrollo se ha convertido en un producto altamente escalable, permitiendo a los anunciantes lograr resultados similares a los de Verti en pocas semanas

¿Te ha gustado el artículo?
Puedes compartirlo en Twitter.