



eCooltra incrementa los registros en un 60% gracias a las campañas universales de aplicaciones

Enero 2019 | Aplicaciones, Móvil, Automoción, Casos de Éxito Locales, Content Marketing

eCooltra es un servicio de motosharing con más de 3500 motos eléctricas, disponible en Barcelona, Madrid, Lisboa, Milán y Roma. Con la aplicación de eCooltra, los usuarios pueden crear una cuenta, alquilar motos eléctricas y pagar solo por los minutos que usen los vehículos. Al ser una empresa relativamente nueva, eCooltra necesitaba ampliar su base de usuarios al tiempo que mantenía estables los costes de adquisición de clientes y un alto estándar de calidad.

Información sobre eCooltra

- Servicio de alquiler de motos eléctricas.
- Fundada en el 2015, lanzó su servicio en el 2016.
- Sede en Barcelona, España

Objetivos:

- Aumentar las descargas de calidad.

- Mantener los costes de adquisición de clientes.

Objetivos:

- CActivaron campañas universales de aplicaciones usando sus propios datos de CRM para orientar mejor los anuncios a nuevos usuarios y personalizar las creatividades de una forma más precisa.

Resultados:

- 65% más de descargas.
- 60% más de usuarios registrados.
- 44% menos de coste por clic.

El sitio web de [eCooltra](#) solo tiene una función informativa, ya que los usuarios deben usar la aplicación para registrarse y utilizar el servicio. Por eso era esencial dar con formas de conseguir que los usuarios encontraran y descargasen la aplicación; solo así, eCooltra podría adquirir nuevos clientes.

En colaboración con Elogia, sus socios de marketing, eCooltra decidió adoptar las campañas universales de aplicaciones para poder ampliar su base de usuarios fácilmente. Las campañas universales de aplicaciones emplean los algoritmos de aprendizaje automático de Google para encontrar los usuarios de mayor calidad en todo el ecosistema de Google, en el que se incluyen YouTube, la Búsqueda, la Red de Display y Google Play.

El equipo de eCooltra solo tuvo que proporcionar texto, recursos, una puja inicial, el presupuesto, y los idiomas y ubicaciones de los anuncios. Con el tiempo, el algoritmo de aprendizaje automático fue probando diferentes combinaciones y empezó a mostrar con más frecuencia los anuncios que tenían el mayor rendimiento.

Para ayudar a eCooltra a sacar el máximo partido de cada descarga, el equipo de [Elogia](#) también aprovechó la capacidad que tienen las campañas universales de aplicaciones de emplear los ajustes más adecuados para cada evento en la aplicación. En función de la base de datos de eCooltra, Elogia identificó a qué eventos en la aplicación se podían orientar las campañas universales de aplicaciones. El equipo seleccionó esos eventos para optimizar la campaña, lo que permitió encontrar usuarios más valiosos que completaran esas acciones específicas en la aplicación.

“El algoritmo de aprendizaje automático de las campañas universales de aplicaciones de Google nos dio la oportunidad de encontrar usuarios interesados en nuestro servicio en las ciudades en las que lo ofrecemos”.

Álvaro Gómez, Country Manager de Elogia.

En menos de dos meses, eCooltra aumentó significativamente el número de descargas de calidad de su aplicación gracias a las campañas universales de aplicaciones. El volumen de descargas aumentó un 65% y el número de usuarios registrados creció un 60%. Al mismo tiempo, el coste por clic disminuyó en un 44%.

La estrategia de eCooltra para el futuro se centra en la adquisición de clientes durante los meses más cálidos del año, así como en retener a los usuarios de la aplicación y conseguir que sigan interactuando con ella durante los meses más fríos. Para lograr el primer objetivo, están incrementando el volumen y los registros a través de las campañas universales de aplicaciones, y para alcanzar el segundo, están usando el retargeting de display.

“Hemos estado usando las campañas universales de aplicaciones de una forma más amplia, y ahora serán el estándar para adquirir usuarios en cualquier producto de Google, como YouTube, la Red de Display y Play Store. Estamos obteniendo un gran volumen y muy buenos resultados con estas campañas”.

Michael Jessen, director de Marketing en Móviles de eCooltra.

¿Te ha gustado el artículo?

Puedes compartirlo en Twitter.