

Case study: Optimización avanzada



CAMPAÑA Y OBJETIVOS

Con motivo de la llegada de Semana Santa, una cadena hotelera española pone en marcha una campaña en Internet con actividad en Display, Search y Permission email, con el objetivo de generar ventas puntuales con una oferta vacacional de Sol&Playa en las costas de España.

ACCIONES

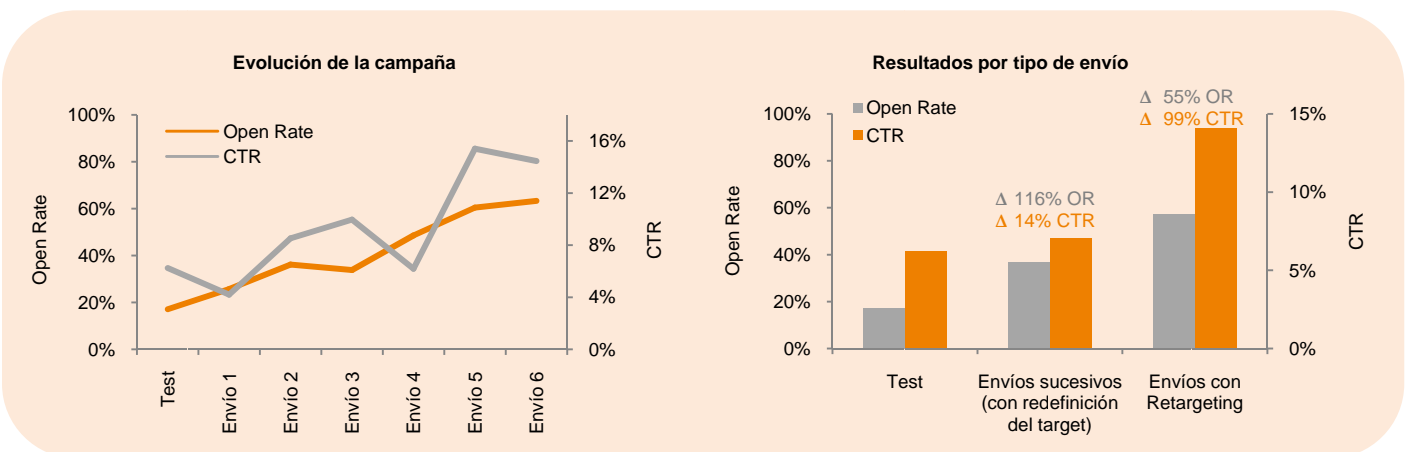
Adconion propone la generación de leads a través de una acción de Permission email marketing en fases sucesivas e incorporando la tecnología de Adconion para hacer Retargeting y Optimización avanzada.

Se realizó un envío preliminar a modo de test al perfil de usuarios definido en el briefing. Sobre los resultados de este primer envío, se realizó un análisis para determinar el perfil con mayor interés en el producto. La redefinición del perfil se aplicó en sucesivos envíos a nuevos usuarios.

Adconion puso en marcha acciones de Retargeting, con el objetivo de volver a contactar a usuarios que habían abierto el email pero no clicaron y no contrataron el producto, llegando a ellos con nuevas propuestas, creatividades o incluso ofertas de última hora a medida que se acercaba el momento de compra. Otras acciones de Retargeting incluyen el envío de emails a usuarios que no abrieron el email pero que sí cumplían el perfil buscado, incluyendo un nuevo asunto en el envío para así incentivar su interés y por tanto mejorar los ratios de apertura.

RESULTADOS

270.000 individuos alcanzados interesados en viajes y con diferentes perfiles sociodemográficos, con un ratio de apertura del 37% y un 7% de CTR. El 37% de ellos fueron impactados de nuevo con mensajes renovados, consiguiendo aumentar el ratio de apertura un 55% y el CTR un 208%. 14 paquetes vacacionales vendidos en 7 días.



CONCLUSIONES

En lugar de hacer un envío único a un target predefinido, considera realizar un test a un volumen pequeño de usuarios, que servirá de muestra para redefinir el target e identificar a los usuarios más interesados en el producto. En sucesivos envíos se utilizará el target redefinido según los resultados obtenidos en el test, alcanzando un alto volumen de usuarios - nuevos - y con mayores posibilidades de conversión (Un 116% más de aperturas y un 14% más de ratio de click through)

Aprovecha las capacidades de segmentación de Adconion para volver a impactar a usuarios interesados pero que no convirtieron en el primer envío. Te ofrecemos una nueva oportunidad de comunicarte con ellos, para ofrecerles una oferta revisada, un descuento extra o una nueva creatividad y acercarte al momento de compra. Es más probable convertir en cliente, con un segundo contacto, a un usuario previamente interesado (Un 55% más de aperturas sobre usuarios ya contactados previamente y un 99% más de ratio de click through).