

Estrategias PPC para Catapultar tu PrestaShop

DEFINIR

PRESUPUESTO

1

OBJETIVOS

“Ningún viento será bueno para quien no sabe a qué puerto se encamina.”
-Séneca

2

3

ESTRATEGIA-PLATAFORMAS

CÓDIGOS DE SEGUIMIENTO

C

#código

CÓDIGOS DE SEGUIMIENTO



Google Analytics

- ✓ Comercio Electrónico Mejorado.
- ✓ Remarketing.
- ✓ Funciones Informes Publicitarios.
- ✓ Enlace Cuenta Adwords.
- ✓ USER ID (el gran olvidado)



C #código

CÓDIGOS DE SEGUIMIENTO



- ✓ Seguimiento Código Conversiones
- ✓ Enlace Cuenta Merchant Center.
- ✓ Audiencias

C #código

CÓDIGOS DE SEGUIMIENTO

facebook®

- ✓ Implementación Pixel.
- ✓ Revisión de Eventos.

C

#código

CÓDIGOS DE SEGUIMIENTO

módulos recomendados:



Premium Google Analytics
Enhanced Ecommerce



Pixel Plus: Conversiones +
Eventos + Públicos



Google Merchant Center PRO
(Google Shopping)



Google Tag Manager -
Administrador de Etiquetas



CÓDIGOS DE SEGUIMIENTO

!!!TESTEA!!!

NUESTRO ECOMMERCE

E

#ecommerce

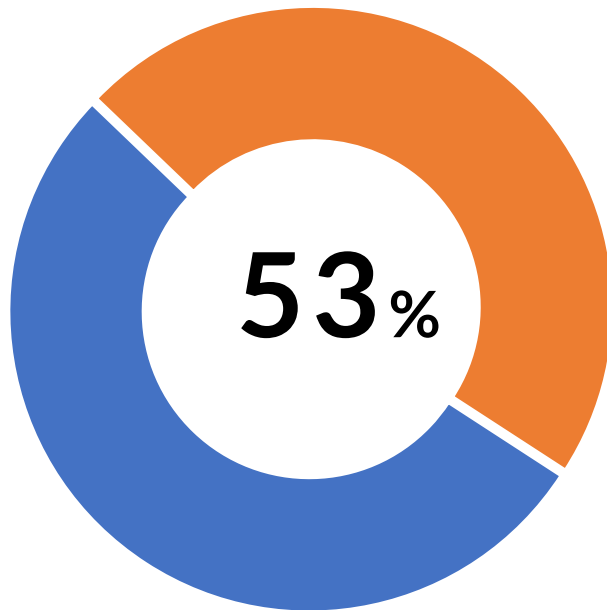
¿Estamos Listos?

- ✓ Tiempos de Carga.
- ✓ Optimización Ficha Producto.
- ✓ Proceso de Compra.
- ✓ Versión Responsive.



#ecommerce

Menos es Más

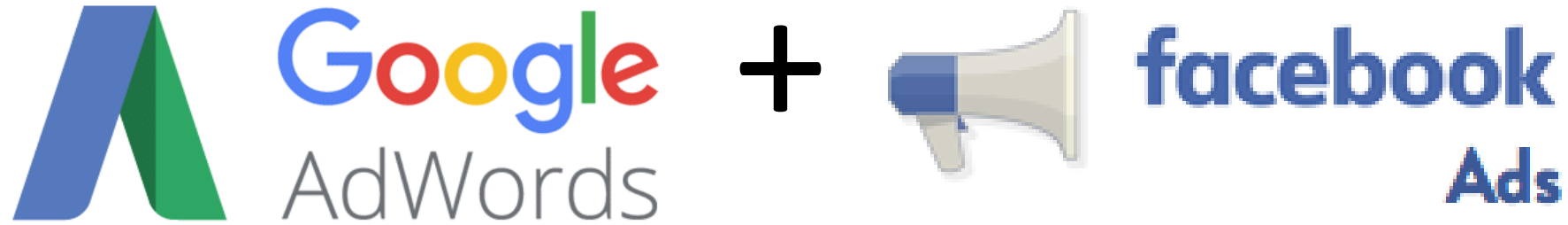


53% de los usuarios abandonan las webs que tardan más de 3 segundos en cargar. (Nielsen)

ESTRATEGIA

S #estrategia

¿Qué Vamos a Hacer?



S #estrategia

¿Qué Vamos a Hacer?

Captación Mediante Red de Display + Red de Búsqueda + Facebook Ads



Nuestro eCommerce



Remarketing





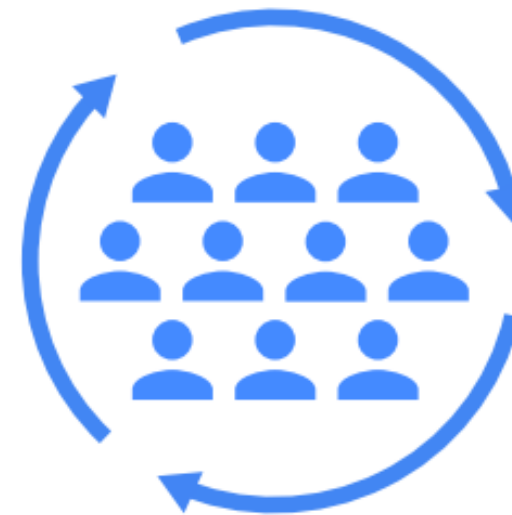
#estrategia

OBJETIVO

Encontrar nuevos clientes || Leads



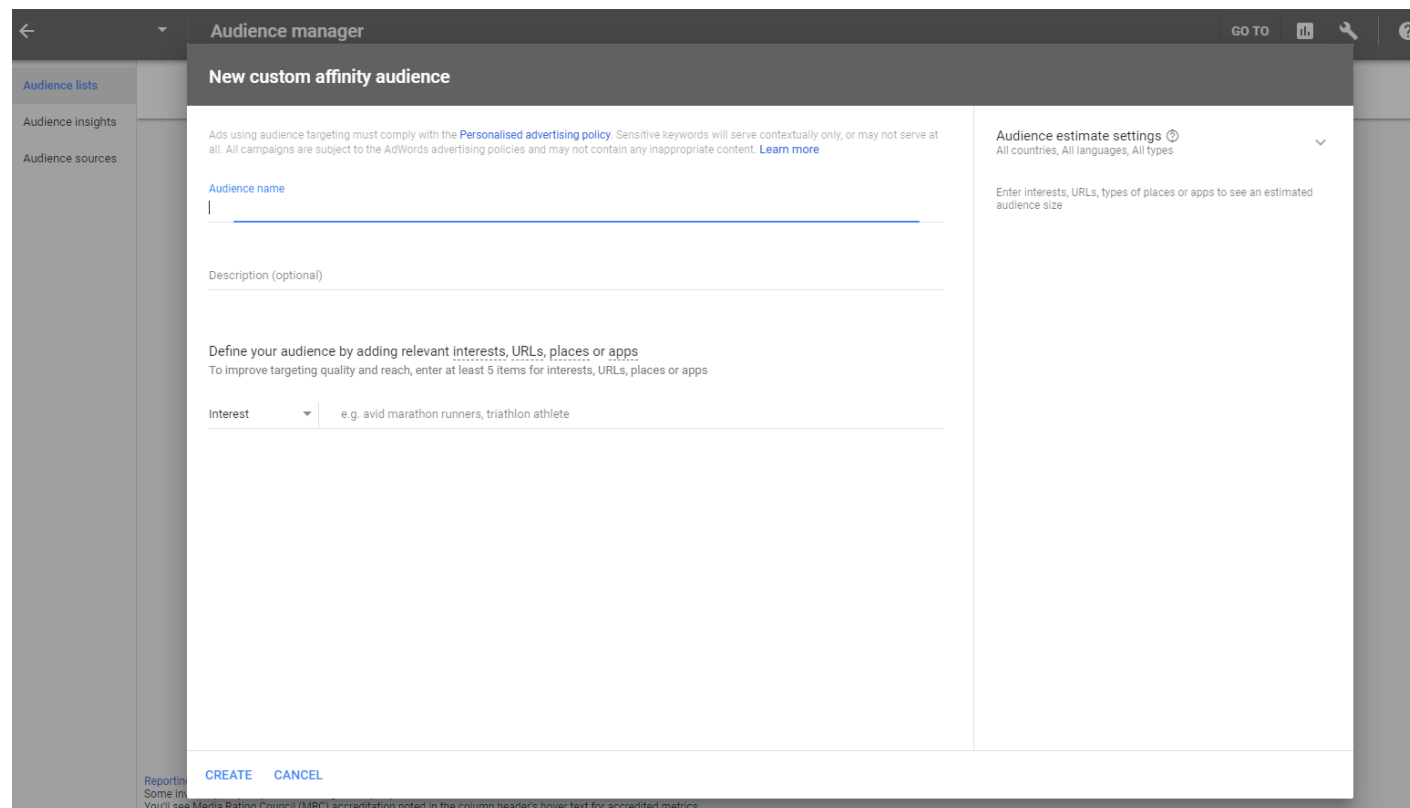
Exprimir actuales



Red de Display



Red de Display Audiencias Afines Personalizadas





#estrategia

Red de Display

Audiencias Afines Personalizadas

Nos permite afinar más aún en la audiencia a la cual nos dirigimos mezclando Url's*, Keywords, apps e incluso localizaciones.



*Utilicemos url's de nuestra competencia.

Una campaña por cada tipo de Audiencia = Mejor Análisis || Opt.
 ej: Una Campaña para la Audiencia afín personalizada, otra para Audiencias de Mercado etc..

Ojo: ¡Excluir AdMob!



#estrategia

Red de Display Smart Display

- Queremos ampliar alcance.
- Tenemos un historial importante → más de 50 conversiones en display o 100 en Búsqueda en los últimos 30 días.
- Presupuesto importante.
- Mínimo 3 semanas.
- Ver si nos permite pagar por ¡Conversión!

Google Display Network

Google Shopping



#estrategia

Google Shopping

Clave:

Consistencia del Catálogo.



categorización



GTIN productos



título y descripciones



imágenes de calidad



S

#estrategia

Google Shopping

Clave:

-Opiniones de productos.

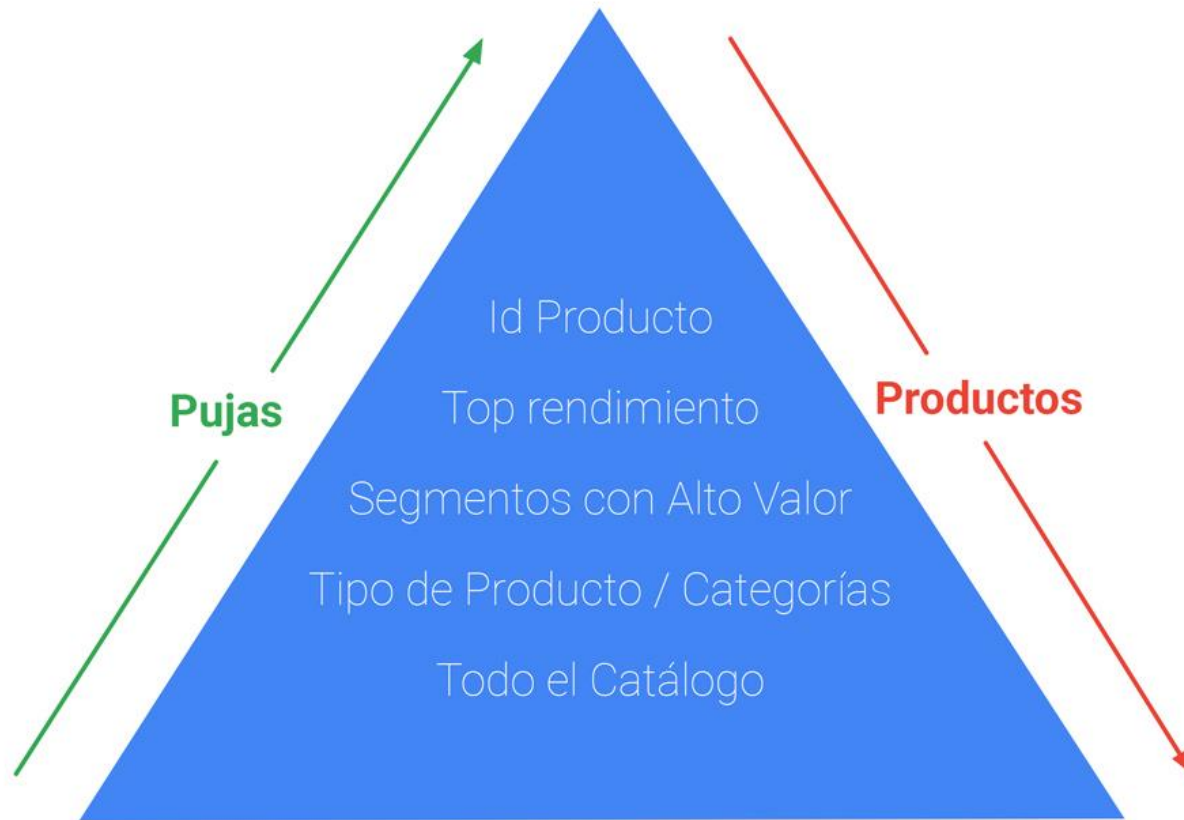


 <p>Camilla de acero 3 cuerpos con... 167,95 € Quirumed Envío gratuito De Google</p>	 <p>Camilla hidráulica 3 cuerpos con... 324,99 € Quirumed Envío gratuito De Google</p>	 <p>Camilla fija 2 cuerpos con... 154,99 € Quirumed Envío gratuito De Google</p>	 <p>Camilla Plegable De Aluminio 3... 119,00 € Fisiomarket ★★★★★ (12) De Google</p>	 <p>Camilla fija de acero con tapó... 189,99 € Quirumed Envío gratuito De Google</p>
---	--	---	--	---



#estrategia

Google Shopping



Granular grupos de producto para pujar de forma más agresiva por los productos que realmente convierten.

Red de Búsqueda



#estrategia

Red de Búsqueda

Siempre activa una campaña de Marca.

- Control del Mensaje.
- Extensiones de Anuncio:
 - Más extensiones más calidad.
 - No olvidar Extensiones de:
 - Precio
 - Promociones
 - Extractos de sitio
- ¡RLSA Siempre!
- Bajo CPA.





#estrategia



Red de Búsqueda

- Olvidarnos de KW, pensar en Términos de búsqueda.
- Negativizar y más negativizar, aporta calidad.
- Si tenemos un posicionamiento orgánico óptimo, utilizar siempre una campaña DSA:
 - Mayor cobertura con menos esfuerzo.
 - Descubrir Tendencias.



#estrategia

Recomendaciones



- No utilizar campañas de Búsqueda con Selección de Display.
- Estrategias de puja. Utilizar automatizaciones.
- Ajustar puja por dispositivo en función a:
 - Ratios de Conversión.
 - Coste Conversión.
- Rotación de Anuncios en Búsqueda “Optimizar”. Mínimo 5 anuncios.
- Automatización mediante Scripts.

<https://www.koozai.com/blog/pay-per-click-ppc/google-adwords/100-google-adwords-scripts-using/>



@Alonso_bataller



<http://www.linkedin.com/in/javialonsobataller>

#PsDayMadrid

S #estrategia

Facebook Ads

Campaña Facebook Ads

facebook®



Tráfico



Ventas de Catálogo

S #estrategia

Facebook Ads Ventas de Catálogo

facebook®

- Feed de datos de Merchant.
- Remarketing, acciones:
 - Visto o añadido carrito pero no compra.
 - Combinaciones Personalizadas.

The screenshot shows a Facebook ad for 'Fisiomarket Material de Fisioterapia'. The ad includes a profile picture, the name 'Fisiomarket Material de Fisioterapia', and the text 'Publicidad · 🌐'. Below this, it says 'Tu tienda nº 1 en Fisioterapia en España ✓✓' and '⚡⚡ Aprovecha ahora las ofertas permanentes en vendajes, camillas, material desechable y mucho más!'. There are two product cards: one for 'Llavero Girador Para...' priced at 5,20 € with a 'Más información' button, and another for 'Abrelatas Anilla' priced at 8,87 €. At the bottom, there are icons for 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'.

Audiencias Facebook + Adwords

S

#estrategia

Facebook y Adwords, Mejor Juntos.

Estudio de Kenshoo demostró que las audiencias de búsqueda pagada que estuvieron expuestas en Facebook Ads generaron un **30% más retorno**.





#estrategia

Facebook y Adwords, Mejor Juntos.

- Parametrizar seguimiento en Facebook Ads. UTM.
- Crear audiencia en Analytics-> Fuentes de Tráfico e introducimos los parámetros indicados en Facebook.

Propiedad: [+ Crear propiedad](#)
Multisononline.com

Configuración de la propiedad

Administración de usuarios

Información de seguimiento

ENLAZAR CON OTROS PRODUCTOS

Enlace de AdWords

Enlace de AdSense

Enlace de Ad Exchange

Todos los productos

Notificaciones de conversiones

Definiciones de la audiencia

Audiencias

Atributos dinámicos

Definiciones personalizadas

Dimensiones personalizadas

Métricas personalizadas

Importación de datos

Audiencias

Cree audiencias para interactuar con sus usuarios a través de las integraciones de audiencia de Google, como las listas de remarketing para anuncios de búsqueda y el remarketing en la Red de Display de Google, o con los usuarios que vuelven a su sitio web con Google Optimize 360. [Más información](#)

1. Fue **Planificador de audiencias**

Vista

2. Def **Fuentes de tráfico**

Permite segmentar a los usuarios por cómo lo han encontrado.

Filtrar sesiones Filtrar usuarios

Campaña ? contiene

Medio ? contiene

Fuente ? contiene

Palabra clave ? contiene

Aplicar Cancelar

Nombre

Paso siguiente Cancelar

3. Destinos de la audiencia



#estrategia

Facebook y Adwords, Mejor Juntos.

Pujas más agresivas para los segmentos provenientes desde Facebook:

- RLSA.
- Shopping.
- Mensajes específicos (target).



Casos



#casos

Volumen Usuarios con Pocas Ventas

- Remarketing Personalizado.
 - Mensajes específicos.
Promoción personalizada concreta.
- Herramientas Onpage.
 - Nosto, Salesmanago...
- Análisis UX de Landing.
 - Hotjar, Google Optimizer...



#casos

Ventas con Poco Volumen Usuarios

Buena tasa de conversión del eCommerce.

- Campañas Captación. → Audiencias Similares
 - Smart Display.
 - Shopping.
 - Red de Búsqueda.
 - Facebook Ads.
 - Aumento de Presupuesto.
 - Tráfico cualificado + probabilidad de conversión →
Controlar los CPA



Gracias!



<https://www.lineagrafica.es>



<http://www.linkedin.com/in/javialonsobataller>



@Alonso_bataller