



Pixartprinting aprovecha sus datos para optimizar las rutas de conversión de sus clientes

La empresa líder en servicios de impresión en línea (web-to-print) optimiza sus estrategias de marketing y aumenta sus ingresos en un 5 %.

Ciclos de implementación de soluciones de marketing 12 veces más rápidos

Pruebas A/B para afinar la selección de nuevas soluciones

De 2 a 5 % más de beneficios al personalizar las distintas soluciones en función de cada mercado

EMPRESA INNOVADORA EN EL SECTOR WEB-TO-PRINT

Pixartprinting está revolucionando el sector web-to-print para empresas.

Nacida como una imprenta familiar, Pixartprinting inició su transformación digital en el año 2000, empleando un modelo de ventas basado en la web y centrándose en la automatización de procesos. Esto le permitió crecer en un mercado maduro e implantarse en países vecinos

La empresa, líder indiscutible en el sur de Europa, continúa expandiéndose desde el año 2014 en sinergia con el Grupo Cimpres, del que forma parte. Cimpres, líder mundial en la personalización en masa, es una empresa que cotiza en NASDAQ con ingresos de 1500 millones de dólares.

PREPARÁNDOSE PARA EL CRECIMIENTO

Pixartprinting crece actualmente un 30 % cada año. Sin embargo, este crecimiento trajo consigo algunos problemas que la empresa quería resolver mediante la implementación de un sistema de gestión de tags y de datos. En particular se quería:

- optimizar el rendimiento del capital invertido de las soluciones de marketing, mediante la generalización de un enfoque de prueba y aprendizaje.
- unificar la recopilación de datos y los análisis, que estaban fragmentados y gestionados en silos.
- acelerar los tiempos de carga, que estaban empezando a verse afectados por problemas de JavaScript.

CATÁLOGOS DE SOLUCIONES DE MARKETING OPTIMIZADOS

Para implantar el sistema de forma eficaz, Pixartprinting tenía que implementar y adaptar sus soluciones de marketing lo antes posible. Andrea Pizzola, director de marketing y ventas, comprende bien este fenómeno: “Ya operamos 20 sitios localizados y necesitamos acelerar nuestros lanzamientos y optimizar cada uno de ellos constantemente para controlar el rendimiento del capital invertido”.

Pixartprinting utiliza múltiples soluciones de retargeting. Pero, ¿cómo se pueden reconocer los mejores resultados a pesar de los distintos algoritmos y modelos de subasta?

“Cuando seleccionamos nuevos socios, TagCommander nos permite configurar pruebas A/B de manera muy sencilla, mediante divisiones de cookies. De esa manera, podemos ponerlos a prueba sin esfuerzo y concretar rápidamente nuestras decisiones”, comenta Andrea Pizzola. “Luego, con MixCommander, obtenemos una visión analítica de la contribución de cada socio y de cómo evoluciona todo el conjunto”.

pixartprinting



Commanders Act nos permite acelerar los ciclos de implementación y optimizar el rendimiento del capital invertido de nuestras soluciones de marketing.”

pixartprinting



Andrea Pizzola, director de marketing y ventas en Pixartprinting

RECOPIACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS UNIFICADOS

Con un ecosistema de más de 50 soluciones de marketing, incluyendo Salesforce Marketing Cloud, Optimizely, Google AdWords, Criteo, Sociomantic y Zebestof, entre otras, era fundamental comprender mejor las interacciones entre ellas.

“Commanders Act hace que la recopilación de datos sea más consistente y fiable. Ahora podemos comprender mejor el comportamiento del público y las interacciones entre los puntos de contacto”, explica Andrea Pizzola. “Podemos realizar un seguimiento de las conversiones posimpresión en el mismo embudo, como lo hacen los canales PPC, SEO y las redes sociales. Esto nos ha permitido demostrar el valor y justificar nuestras inversiones en publicidad gráfica”.

“Además de los ingresos obtenidos por cesta o por canal, también podemos introducir parámetros en función de las fases del embudo de conversión o de la comparación entre los clientes nuevos y los recurrentes, y aplicar diferentes modelos de atribución a nuestro antojo. Hemos logrado la capacidad de analizar las visitas y el comportamiento con nuestros grupos de CRM y segmentos habituales”.

ACELERACIÓN DE LOS TIEMPOS DE CARGA DE LAS PÁGINAS

Optimizar los tiempos de carga es un objetivo constante. Andrea Pizzola prosigue: “Nuestra plataforma tiene que manejar cada vez más dominios y tags. Debemos garantizar un mejor rendimiento del tiempo de carga de cara al futuro. No solo es eficaz en términos de experiencia del usuario, sino que hemos observado efectos muy positivos en nuestro posicionamiento de búsquedas”.

“Las prestaciones técnicas de Commanders Act y la experiencia de sus equipos fueron determinantes a la hora de tomar nuestra decisión”, añade Andrea Pizzola. “Commanders Act supo adaptarse a nuestro entorno de comercio electrónico propio y desarrollar una labor de enlace entre el equipo técnico y el de marketing. Cuando quisimos integrar los tags que no se habían incluido en la biblioteca de tags, se mostraron muy disponibles y los agregaron rápidamente. Esa es una de las razones por las que, hoy por hoy, tenemos ese grado de independencia”.

En términos de agilidad y ahorro de tiempo, Commanders Act se ha convertido en una herramienta clave dentro de la organización. “Commanders Act nos ayuda a adaptarnos cuando expandimos nuestro mercado a nuevos países. Poder optimizar nuestras distintas soluciones mercado por mercado ha hecho posible que nuestros ingresos aumenten entre un 2 y un 5%”, concluye Andrea Pizzola.

DESAFÍOS

- Mantener un ecosistema de marketing óptimo a la vez que se facilita la rápida adopción de nuevas tecnologías y nuevos socios.
- Habilitar la recopilación de datos a gran escala (actualmente 20 sitios y más de 50 socios/soluciones).
- Acelerar y garantizar el rendimiento de los sitios.

RESULTADOS

- Más agilidad: reducción en los ciclos de implementación, de 3 meses a 1 semana, hasta 12 veces más rápidos.
- Fácil optimización de los canales por región geográfica, que produce entre un 2 y un 5 % más de ingresos.
- Mejor comprensión de las rutas de conversión de los clientes con respecto a los segmentos de CRM.
- Visión objetiva de los rendimientos de los canales (a través de pruebas A/B) y de las interacciones entre ellos (gracias a los modelos de atribución personalizados).

SOLUCIONES COMMANDERS ACT UTILIZADAS



TagCommander



MixCommander



DataCommander



COMMANDERS **ACT**

WWW.COMMANDERSACT.COM

PARIS | LONDON | AMSTERDAM | MUNICH | MADRID | MILAN

Este documento es solo para fines informativos. Commanders Act no ofrece garantías expresas ni implícitas con respecto a la información contenida en el presente documento. Commanders Act es una marca registrada en los Estados Unidos y otros países. Varios nombres de productos y servicios mencionados en el presente documento pueden ser marcas de Commanders Act. El resto de productos y servicios pueden ser marcas de sus respectivos propietarios. Copyright © 2017 Commanders Act - Todos los derechos reservados.

