



ÁMBITO DE APLICACIÓN

Ordenador, móvil y app.

SOLUCIONES APLICADAS



OBJETIVOS

- Comprender la aportación de las palancas de marketing en los recorridos de cliente complejos.
- Correlacionar una visión de la conversión online con una vista CRM offline.

RESULTADOS

- Optimización de los gastos de adquisición.
- Mayor agilidad operativa al depender menos del DSI.
- Reducción de los plazos de implementación (de 15 días a 48 horas en el caso de las tags catalogadas).

Venca revoluciona sus presupuestos de marketing con Commanders Act

Este líder en la venta online español confía en Commanders Act para comprender el recorrido de sus clientes, experimentar con tácticas de conversión y optimizar sus gastos de adquisición.

UN LÍDER DE LA VENTA A DISTANCIA MULTICANAL

Venca lidera el sector de la venta online de moda femenina con un 60 % de la cuota de mercado en España y una firme presencia en Portugal. La marca pertenece al grupo 3SI (3 Suisses International) y al grupo Otto, una de las mayores redes de comercio electrónico de Alemania.

Esta empresa cuenta con más de 25 años de experiencia en la venta por catálogo y es pionera de la venta por internet desde 1996. En la actualidad, se posiciona como firma multicanal.

Aunque sigue distribuyendo 23 millones de catálogos cada temporada, refuerza su comunicación con 50 millones de e-mails anuales a su base de millón y medio de clientes. La marca combina esta estrategia con campañas de comunicación en televisión y online.

TRABAJAR LOS DATOS

Como adeptos a la CRM, la empresa siempre ha trabajado exhaustivamente los datos. Sin embargo, la llegada de internet obligó a sus equipos de marketing a cambiar su estrategia.

«En la actualidad, el marketing no es nada sin lo que denominamos atribución. Como trabajamos mucho para mejorar el rendimiento del CPA, necesitamos comprender lo que realmente nos aportan nuestras campañas» explica Alexandrine Loubradou, responsable de marketing digital en Venca. ...

“ En menos de una semana, nuestros equipos ya estaban utilizando TagCommander ”

Alexandrine Loubradou,
responsable de marketing digital, Venca

- Venca ya utilizaba una herramienta de atribución para seguir sus campañas, sin embargo:
 - No ofrecía la flexibilidad necesaria para evaluar un número creciente de palancas,
 - La empresa deseaba obtener una visión multicanal real y correlacionar las evaluaciones online con los datos offline de su CRM.

NO LIMITARSE AL ÚLTIMO CLIC

Alexandrine Loubradou lo relaciona con el deporte: «El último clic es quien marca el gol, pero olvidamos el trabajo de equipo. Olvidamos quién dio el primer pase o quién cogió el balón por primera vez...».

Así es: aunque el marketing directo (e-mail y correo) resultan muy importantes en su comunicación global, Venca ya goza de una gran notoriedad en el mercado.

«Si solo miráramos el último clic, en nuestro caso sería seguramente el e-mail. Sin embargo, los clientes suelen llegar a nosotros gracias a una campaña publicitaria o a Facebook. Por eso, al buscar clientes, el primer clic es muy importante y debemos valorar a ese socio».

ARBITRAR CON MODELOS

Venca toma las decisiones con la ayuda de modelos. Suele enfrentarse a diferentes casos, debido a un mix marketing complejo y a la gran estacionalidad. La marca necesita mucha flexibilidad a la hora de aprovechar sus modelos. «Para nosotros, resulta importante crear nuestros propios modelos de atribución, poder analizar con detalle los datos y vincularlos a nuestras campañas online», explica Alexandrine Loubradou. «Es lo que hacemos ahora». Aunque tenga un enfoque de CPA, la visión del cliente sigue siendo fundamental. Venca no olvida los efectos de los «vasos comunicantes»: «si evaluamos mejor nuestros impactos, podemos arbitrar nuestras líneas de inversión. Incluso hemos reinvertido en el contenido de marca y los medios de comunicación de masas», continúa.

EQUIPARAR LO ONLINE Y LO OFFLINE PARA OPTIMIZAR LAS INVERSIONES

Fiabilizar los datos y los informes resultaba crucial para comprender mejor los comportamientos de los clientes y la contribución efectiva de cada palanca.

«Los datos actuales de las actividades de nuestros catálogos y online son fiables. Incluso empezamos a tener una visión más clara del impacto de la televisión consultando las diferentes franjas de difusión» comenta Alexandrine Loubradou. «¿Y para qué sirven estos análisis? En nuestro caso, para crear hipótesis y tests».

En el pasado, Venca invertía de manera linear en los canales online y offline. En la actualidad, con una visión global, la marca puede tomar decisiones en función de los momentos de las campañas publicitarias y de los segmentos de clientes. Venca recurre con frecuencia a los filtros de Commanders Act para probar las hipótesis.

«¿Es necesario aumentar la resegmentación o el CPC después de un anuncio en la tele? Podemos crear un segmento procedente de una campaña en los medios de comunicación y aumentar el CPC en comparación con un grupo de control, por ejemplo. En ocasiones, los resultados contradicen a nuestra intuición y nos suele evitar gastos de inversión superfluos».

EL ANÁLISIS Y LA GESTIÓN DE TAGS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA AGILIDAD

Venca prefiere los métodos ágiles, de ahí que optara por Commanders Act:

«Los ciclos cortos se adaptan perfectamente a nuestras necesidades de experimentación, tanto para los modelos de atribución como para la gestión de tags. Commanders Act llevó a cabo la implantación en dos días. En menos de una semana, nuestros equipos ya estaban utilizando el producto. Esto nos evitó el efecto de túnel en los siguientes procesos», explica Alexandrine Loubradou.

«La gestión de tags nos garantiza autonomía respecto al DSI. Además, el haber elegido a Commanders Act nos facilita las relaciones con nuestras soluciones a diario. Su enfoque orientado al éxito del cliente nos ha permitido ir más rápido, sobre todo durante la fase de implementación».

“ Obtenemos una visión global de la atribución más allá de nuestras hipótesis. Arbitrar y optimizar nuestras inversiones se convierte en algo posible ”

Alexandrine Loubradou, responsable de marketing digital, Venca