

Caso Práctico: Microsoft

Descripción del caso:

Contexto

Microsoft había creado OfficeLive, un nuevo producto dirigido a los pequeños empresarios, que proporcionaba un nombre de dominio, alojamiento para sus sitios Web y cuentas de correo electrónico asociadas a sus empresas. Microsoft se había marcado como objetivo maximizar el número de nuevos usuarios (captación de clientes) y disminuir el CPA (Coste por Acción). La campaña se gestionó durante varios meses, optimizando, antes de que diera comienzo el proyecto con Relevant Traffic, las palabras clave y la publicidad. Microsoft realizaba campañas con una única página de destino estándar a escala mundial, efectuando únicamente pequeños ajustes locales. Esta campaña respondía a unos objetivos internacionales y requería una reducción constante del CPA de los nuevos clientes. Relevant Traffic sugirió a Microsoft llevar a cabo una serie de tests con páginas de destino optimizadas para así aumentar la tasa de conversión.

Solución

Con el fin de hallar la página de destino más eficaz, el equipo de Relevant Traffic, en colaboración con un experto en usabilidad, realizó un análisis exhaustivo de la página de destino existente. Gracias a los resultados obtenidos y al asesoramiento del experto se pudo generar una serie de nuevas páginas. Cada una de éstas tenía una imagen y un efecto diferentes, al variar la oferta de productos, los colores utilizados, los recuadros, los comandos, etc. Se testaron en línea, a continuación, durante un mes, comparándolas con la página original y entre sí, para dar así con la que generase el mayor número de clics y de conversiones.

Conclusión

Al cabo de cuatro ciclos de tests y de mejoras, el nivel de interactividad de la página optimizada había aumentado un 32 %. El objetivo principal de este proyecto era reducir el CPA. Al obtenerse una reducción del costo, con la página de destino más eficaz, del 12 %, se había alcanzado dicho objetivo. Además, se descubrió que las páginas con mensajes que inducen a la acción o call-to-action más "inductivas" eran menos eficaces y que los call-to-action demasiado obvios tenían mucho menor efecto de lo esperado. Lo cual sugería que los usuarios no se limitan a seguir enlaces sino que tienen un deseo y una manera de navegar propios.

Páginas de aterrizaje personalizadas de Relevant Traffic

Las páginas de aterrizaje personalizadas son un producto creado para definir y mejorar la eficacia del sitio Web del cliente. Los expertos en usabilidad de Relevant Traffic diseñan toda una gama de nuevas páginas de aterrizaje y dirigen, a los visitantes a diferentes versiones de éstas, con el fin de evaluar cuál de ellas genera la mayor tasa de conversión y ofrece los mejores resultados. Relevant Traffic provee este servicio fácil de usar para que así el cliente pueda optimizar la inversión en su sitio Web sin que los visitantes lo noten. En Relevant Traffic movilizamos todos nuestros recursos para seguir de cerca los cambios constantes en los comportamientos de los buscadores y nos adaptamos en consecuencia. Con una presencia local y un profundo dominio lingüístico que abarca las lenguas de la mayor parte de los países europeos, Relevant Traffic es capaz de darle a todas las versiones del sitio Web del cliente, independientemente del idioma utilizado, la misma ventaja competitiva tanto en los buscadores internacionales como locales.



Relevant Traffic es una empresa de marketing de buscadores, fundada en 1995, que ofrece un servicio completo a escala europea, con filiales en Dinamarca, Francia, Alemania, Noruega, España, Suecia (Sede central) y Reino Unido. La misión de Relevant Traffic consiste en maximizar el ROI del cliente en el mercado del marketing de Internet que incluye buscadores, entornos contextuales y comparadores de precios, gracias a una plataforma tecnológica propia y exclusiva y a una plantilla que domina más de once lenguas europeas. Entre nuestros clientes figuran desde grandes empresas de comercio electrónico, bancos y operadores de turismo, hasta empresas medianas de B to B. Los proyectos de Relevant Traffic están sometidos a auditorías externas realizados por ABCe y TS.