



Las sinergias entre PPC y SEO, claves para el líder en videojuegos

Objetivos

En octubre del 2007 la filial británica de GAME solicitó a bigmouthmedia una propuesta para trasladar el éxito de su cadena de tiendas al entorno de internet. Los aficionados a los videojuegos forman una audiencia experta en la navegación online que utiliza los buscadores para encontrar productos concretos, de modo que la estrategia se focalizó en asegurar que GAME se encontrase fácilmente tanto en las búsquedas naturales como en las patrocinadas para la amplia lista de videojuegos disponibles en su tienda online. Los objetivos de la campaña eran:

- 1 Aparecer en la primera página de los resultados naturales de Google en el Reino Unido para las videoconsolas más populares durante la crucial temporada navideña
- 2 Conseguir un incremento del 100% en los pedidos derivados de las búsquedas
- 3 Conseguir un retorno de la inversión (ROI) superior al 35:2 en PPC y al 50:1 en SEO
- 4 Reducir el coste por pedido (CPO) para PPC
- 5 Combinar las estrategias de SEO y PPC para maximizar el ROI
- 6 Controlar el presupuesto de PPC para que no se utilizase en palabras clave relativas a productos cuyas existencias estuvieran agotadas

Nuestra solución - SEO

GAME recibe un gran porcentaje de sus pedidos anuales durante las 10 semanas de la campaña de Navidad. Era preciso que las recomendaciones de SEO se ejecutaran con tiempo, para asegurar la presencia de GAME en la primera página de los resultados incluso para los pedidos anticipados de los videojuegos más populares. Estas acciones incluyeron:

- 1 Diseño de una estrategia de migración adecuada durante las actualizaciones de la plataforma para que no resultasen en un descenso del tráfico SEO
- 2 Distribución de notas de prensa online para generar links de calidad a la página web
Formación de personal interno en la generación de contenidos optimizados para SEO
- 3 Desarrollo y optimización de un feed de producto para las búsquedas con Google Product
- 4 Optimización de contenidos en video para la página web y de contenidos sindicados
- 5 Asegurar la compatibilidad de las plantillas usadas en la web por el personal de GAME con la estrategia SEO.

Puntos Principales

- 1 Crecimiento anual del 122% en los ingresos procedentes de las búsquedas orgánicas (SEO)
- 2 Incremento anual del 245% en los ingresos generados por los enlaces patrocinados (PPC)
- 3 Estrategia centrada en las sinergias entre SEO y PPC, la migración de plataforma, las relaciones públicas online, la optimización de las páginas de destino PPC, el contenido para la web y los contenidos en video

“Bigmouthmedia ha tenido un papel crucial en el aumento significativo de las ventas online de GAME procedentes de las búsquedas por internet. Nuestros objetivos al inicio de la campaña eran ambiciosos, pero el equipo consiguió superar nuestras expectativas maximizando las ventas, incrementando las conversiones y pulverizando los objetivos de RPI.

Las sinergias entre SEO y PPC en la estrategia diseñada han resultado muy acertadas y sin duda las recomendaría a otros.”

Donna Chen, Marketing Manager
GAME Online Business.



Los datos de Google demuestran que la CTR de las campañas de enlaces patrocinados de GAME triplica la media del sector (7,6% comparado con 2,5%) y que el coste medio por click de GAME es menos de la mitad que el de sus competidores.

Nuestra solución - PPC

Bigmouthmedia se aseguró que todo el inventario de productos de GAME se incluyese en la campaña de enlaces patrocinados y tuviera páginas de destino individuales. La campaña de PPC se diseñó para maximizar las sinergias con los resultados orgánicos a tiempo para el periodo de compras navideñas. Las acciones de PPC incluyeron:

- 1 Entrada de todo el inventario de productos (incluso con errores ortográficos) en la campaña de PPC; cada videojuego tenía su propio presupuesto, estrategia de pujas y copy creativo
- 2 Desarrollo de páginas de destino para PPC ricas en palabras clave y con contenido de calidad
- 3 Análisis de datos de Hitwise para pronosticar los juegos claves del año y distribuir el presupuesto de PPC en consecuencia
- 4 Coordinación constante con el departamento de marketing de GAME para que las ofertas de la publicidad en televisión se reflejasen en la publicidad para PPC
- 5 Gestión de la cuenta según la situación del mercado, pronosticando los títulos con el mayor volumen de búsquedas según Hitwise y modificando las pujas y copy del anuncio según precio y disponibilidad

La monitorización continua de la evolución del mercado permitió a bigmouthmedia actualizar constantemente la campaña para adaptarla a las palabras clave utilizadas por los usuarios. Con las prisas navideñas aumentó la demanda y empezaron a agotarse los productos más populares, de modo que los usuarios cambiaron de hábitos y empezaron a buscar palabras como "Wii Fit en stock". Bigmouthmedia detectó esta tendencia a tiempo y la incorporó con éxito a la campaña para GAME.

Resultados

Durante la campaña, que duró un año, GAME obtuvo los resultados siguientes:

- 1 La tasa de las conversiones se triplicó
- 2 Los pedidos a través de SEO se incrementaron en un 156%
- 3 Los pedidos a través de PPC aumentaron un 140%
- 4 Los ingresos a través de PPC se incrementaron en un 245%
- 5 Los ingresos generados por las búsquedas aumentaron un 122%
- 6 Los objetivos de coste por pedido (CPO) se mantuvieron por debajo de £3
- 7 Se consiguieron las primeras posiciones en los buscadores para más de 5000 palabras clave, algunas de las cuales de las más codiciadas en el campo de los videojuegos

GAME y bigmouthmedia siguen trabajando juntos en ambos canales digitales, ampliando la alta visibilidad obtenida durante la campaña inicial de un año de duración.



¿Quiere saber más?

Llámenos al 91 576 70 72, escribanos a hola@bigmouthmedia.com o visite www.bigmouthmedia.es para más información sobre nuestros servicios de PPC y SEO.

bigmouthmedia