

# Concesionaria VW: Con estrategia bien estructurada, la empresa redujo sus costos y aumentó los resultados.

## Visión General

Buscando mejorar su estrategia de marketing digital, un grupo de concesionarias VW buscó a Search Optics para re-estructurar su campaña de AdWords para optimizar sus inversiones y generar más contactos calificados para sus tiendas.

## Objetivos

- + Generación de Leads calificados
- + Reducción de las inversiones en AdWords

## Solución

- + Creación de estrategia dirigida al negocio con foco en la eficiencia
- + Configuración de los anuncios para alcanzar público-objetivo calificado en horarios específicos
- + Re-estructuración de la cuenta de AdWords del cliente, organizando grupo de anuncios y mejorando la diversidad de palabras claves

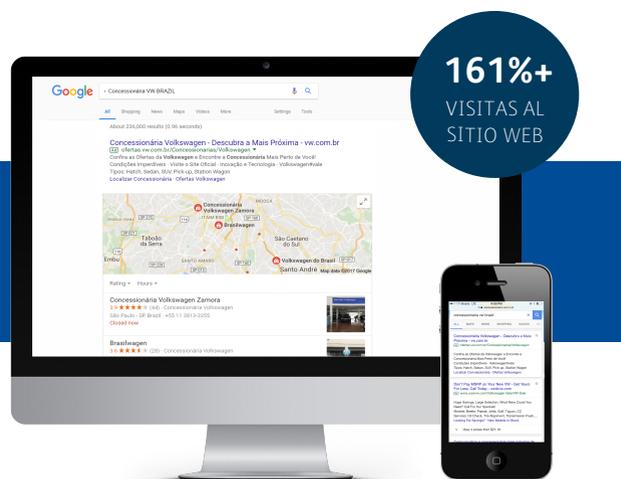
## Resultados<sup>1</sup>

En sólo seis meses de operación, los resultados son expresivos. Los datos a continuación presentan la comparación 2015 VS 2016 en los meses de julio a diciembre. El Grupo es cliente de Search Optics desde julio de 2016:

- + Visitas al Sitio web: crecimiento de 161 %
- + Llamadas Recibidas: aumento de 37 %
- + Inversión: reducción de 43 % en el budget mensual
- + Costo por llamada: reducción de 58 % en el valor unitario
- + Costo por visita: reducción de 79 % en el valor unitario

**43%**  
REDUCCIÓN EN  
EL BUDGET MENSUAL

**37%**  
AUMENTO  
EN LLAMADA RECIBIDAS



<sup>1</sup>Fuente: Google Analytics del Cliente Julio-Diciembre 2015 VS Julio-Diciembre 2016