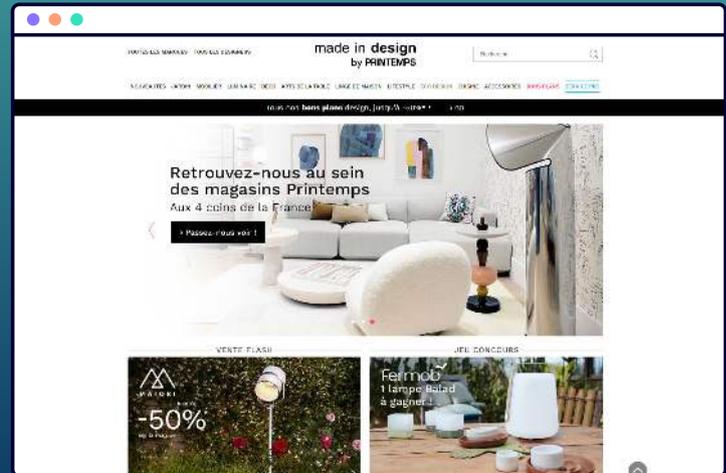


Adapta tu marketing mix en tiempo real: el +top 3 de los quick wins de made in design.

El buque insignia del diseño.

Fundado en 1999 por Catherine Colin, Made in Design se impuso rápidamente como líder francés y europeo de la decoración y amueblamiento de interiores online. El sitio permite a los particulares, profesionales de la hostelería y decoradores de interiores seguir las inspiraciones, últimas tendencias y equiparse para todos los presupuestos.

El equipo de marketing digital hace de la analítica de medios el núcleo de su estrategia para aumentar sus partes de mercado y desarrollarse en el extranjero. Dominan su atribución operativa haciendo el seguimiento diario de los rendimientos de sus partners de medios. ¿Cómo consiguen sacar quicks wins gracias a la solución de Eulerian?



Al contexto del momento.

La marca evoluciona en un entorno muy competitivo y, contextos tales como la crisis sanitaria en 2020 y 2021 han mostrado la importancia de actuar rápido para mantener y mejorar el ROI de las campañas de marketing.

Para afrontar este reto, Made in Design buscaba evolucionar en analítica de medios pasando del control diario de sus campañas a análisis simples para realizar acciones rápidas en sus canales.

Efectuando estos análisis y tests en sus canales, la marca consiguió poner de relieve puntos de mejora en su mix de medios.

¡Descubre cómo Made In Design ha obtenido resultados inmediatos realizando acciones en tres canales de marketing: SEM, mailing y Afiliación!

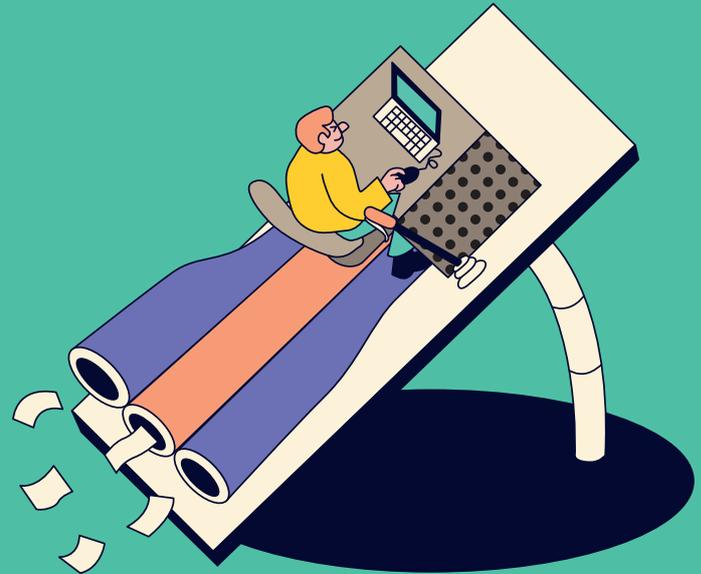
Valorar el SEM para obtener repercusiones inmediatas.

+13%

de tráfico en
una semana

Un análisis de la **posición de cada canal en las rutas de conversión** reveló la importancia del canal SEM en el inicio del recorrido. Paralelamente, el análisis de las **búsquedas e impresiones de los anuncios** ha confirmado este potencial.

En un contexto tan particular como el de los confinamientos y cuando la marca tuvo que apostar por algunos canales clave para fomentar su tráfico frente a los competidores, el SEM se ha podido evaluar de nuevo en tiempo real para amplificar su papel de iniciador en las búsquedas genéricas. Este aumento de presupuesto tuvo efectos inmediatos y **permitió un aumento del tráfico en el sitio web de Made in Design.**



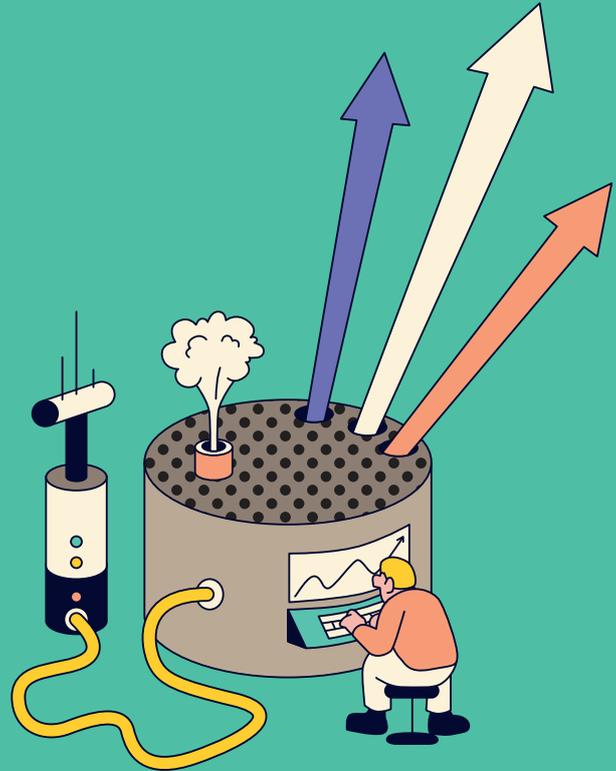
Acciones enfocadas a activar los rendimientos del mailing.

+75%

de aumento de la tasa de conversión del canal mailing gracias a la optimización de los mensajes.

Un análisis de los rendimientos de secuencias de mails ha permitido identificar interacciones poco eficaces en mailing. La marca ha decidido **reducir el número de secuencias editoriales** y orientarlas más al producto. También ha **adaptado su discurso y sus mensajes** en el contenido de sus mails, lo que le ha permitido mejorar su tasa de conversión.

La personalización del contenido del mailing resulta un canal potente para mejorar sus rendimientos.



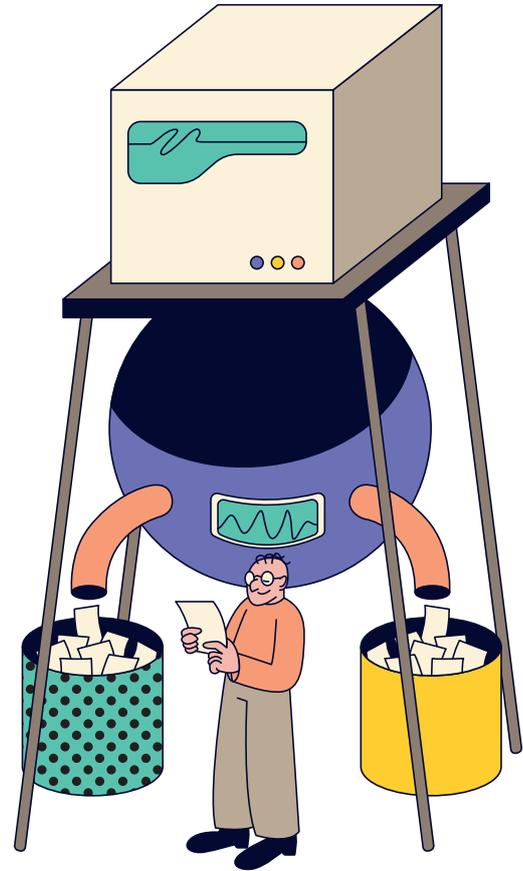
El doble reto de la afiliación.

X 4

de la tasa de conversión

Los análisis de la tasa de conversión por canal han permitido a Made in Design que los afiliados que proponen contenido editorial generen **más tráfico y conversiones de nuevos clientes**. Los equipos de marketing han decidido hacer una prueba aumentando sus inversiones para este canal, históricamente posicionado al final del recorrido de marketing. Contrariamente a lo que se puede pensar, la afiliación tiene un doble papel: aportar tráfico con los sitios de contenidos y convertir con los cashback y bonos de reducción.

¡Aumentando su presupuesto en este tipo de afiliados, la tasa de conversión del canal afiliación ha pasado del 0,8% al 3.1% en 15 días!

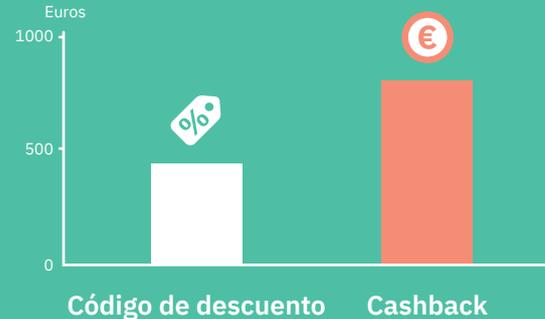


Afiliación: la aliada perfecta en la carrera de las cestas cualitativas.

Un análisis de rendimiento por cesta media permite ver que algunas campañas de afiliación convierten con cestas elevadas. Entre estos afiliados, los sitios de cashback tienen cestas **2 veces más elevadas que la media**. ¡Su papel como potenciador de la tasa de conversión ha sido claramente validado!

Sin embargo, hay que tener cuidado y tomar en cuenta el hecho de que estos canales pueden intervenir durante las sesiones. Es importante no descuidar al que aporta la sesión gracias a un modelo personalizado de “último canal de la visita” y no “último canal”.

Afiliación: costes de las cestas medias según los tipos de afiliados



+30%

de la cesta
media

Por ello, la marca ha asignado un presupuesto adicional a estos canales clave, lo que ha permitido un aumento significativo de la cesta media durante el periodo de confinamiento.

Rendimientos optimizados en cualquier contexto.

Gracias a la planificación precisa de sus inversiones y a una visión informada de su atribución de marketing, Made In Design ha conseguido aumentar rápidamente su volumen de ventas a diario. El conjunto de los análisis realizados y los ajustes efectuados en tiempo real han ayudado al equipo de marketing a implementar una estrategia de marketing más eficaz y a adaptarse fácilmente a todos los contextos.

Sus análisis permitieron emprender acciones que se transformaron en quicks wins: la optimización de la presión mediática y la adaptación de los canales al comportamiento de los usuarios ha permitido desarrollar una mejor productividad, aumentando la tasa de tráfico y mejorando la tasa de conversión.

Ahora que la marca domina perfectamente su atribución operacional, ¡sus próximos desafíos en Analítica de medios serán realizar análisis estratégicos para saberlo todo sobre los recorridos de sus clientes!



made in **design**
by **PRINTEMPS**

Las decisiones de marketing correctas, simplemente.

Más información

C/Augusto Figueroa, 17, 28004 Madrid
+34 662 10 10 41
sales@eulerian.com