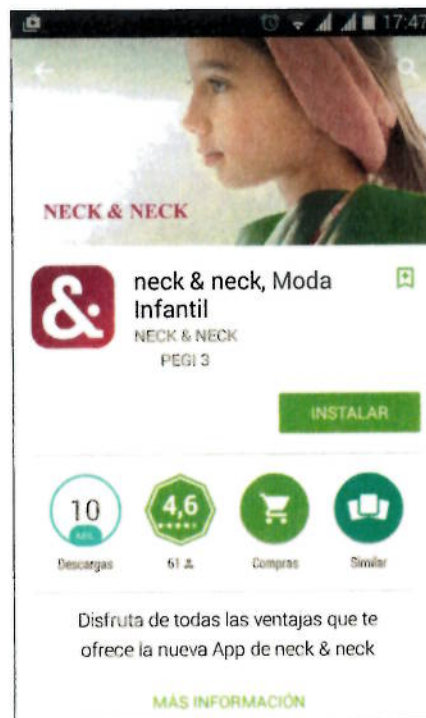
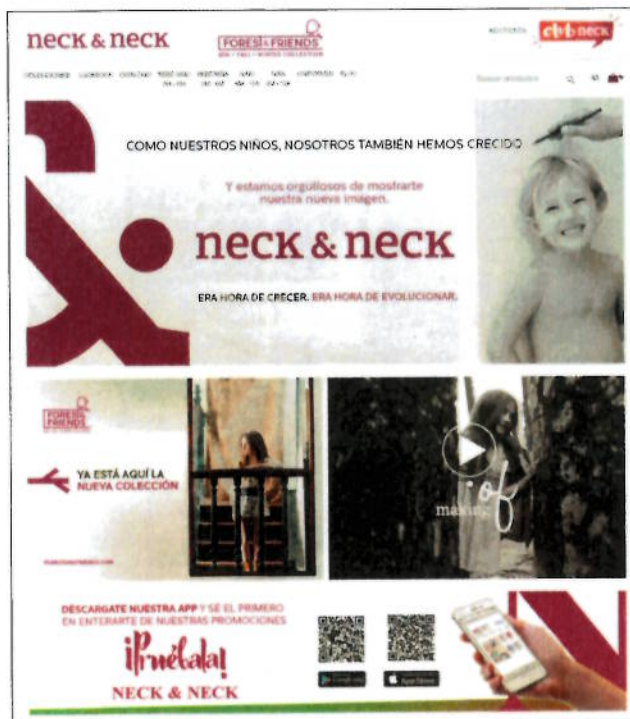


Neck & Neck

Posicionamiento en buscadores



En Neck & Neck, marca española líder en el sector de la moda infantil, teníamos el reto de incrementar las ventas a través de nuestra tienda online y de la app de e-commerce. Para ello recurrimos a la agencia de performance marketing Kanlli, para que nos ayudaran a poner en marcha una estrategia de *search* enfocada, eficiente y eficaz.

El objetivo principal que teníamos en Neck & Neck era la captación tráfico hacia nuestro e-commerce, a través de Google Adwords y Facebook Ads, así como aumentar el volumen de ventas, tanto a partir del tráfico de pago como desde el el tráfico orgánico, independientemente del dispositivo (PC, tablet y móvil).

Como parte de la estrategia en *paid search*, trabajamos en la optimización de campañas de PLA (product list ads), campañas de *search* diferenciadas para clientes y no clientes, anuncios DSA (dynamic search ads) y campañas de remarketing, entre otras.

A esto se añadió el lanzamiento de nuestra app, que se vio apoyada por las campañas de descarga de aplicaciones en Android.

Para la mejora del posicionamiento orgánico del e-commerce de Neck & Neck, Kanlli ideó un plan de contenido, apoyado en la monitorización y optimización técnica, que contemplaba la dinamización del blog, la mejora del meta etiquetado, la generación de contenido para el site y la mejora de todos los canales importantes para SEO: Youtube, ASO y social media.

Por tanto se establecieron dos vías de trabajo:

1. Una estrategia SEM y PPC en Facebook, enfocada en respuesta directa:

- Optimización del feed de productos y granularidad de la campaña de shopping.
- Optimización de la arquitectura de las campañas de búsqueda con enfoque en las campañas de publicidad dinámica en buscadores (DSA).
- Definición de diferentes campañas en base a listas de remarketing, tanto como estrategia de re-impacto como para segmentar los anuncios en *search*.
- Gestión de campañas de respuesta directa en Facebook, a través de diferentes formatos.

2. Puesta en marcha de una ambiciosa estrategia SEO para nuestra firma:

- Optimización técnica on-page, a través de una auditoría del estado inicial de la web, revisando cada uno de los aspectos técnicos optimizables que podían influir en el posicionamiento de la página.
- Optimización de la arquitectura web y de contenidos, seleccionando las secciones principales de la web en torno a la estrategia SEO.
- Optimización de las fichas de producto a nivel de contenidos y diseño para que resulten más atractivas tanto para los buscadores así como al usuario.

Como resultado de una estrategia coordinada y conjunta en buscadores, logramos un aumento del tráfico al *site* de un 221%, consiguiendo un 224% más de nuevos usuarios. El número de páginas vistas/sesiones creció un 155%, a la par que logramos disminuir el porcentaje de rebote en un 63%. Todo ello redundó en el incremento de un 847% las ventas provenientes de buscadores.

Gracias a esta estrategia de marketing en buscadores realizada por Kanlli y el equipo de Neck & Neck, logramos un importante aumento de las ventas, viendo así cumplido nuestro objetivo. ■



BORJA ZAMÁCOLA
DIRECTOR DE NUEVAS
TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN
DE NECK & NECK

FICHA TÉCNICA

Anunciante: Neck & Neck.
Producto: Tienda online Neck & Neck.
Marca: Neck & Neck.
Agencia: Kanlli.
Equipo de la agencia: Equipo de search de Kanlli.