



Quienes son

CAROLINA
Rustica

www.carolinarustica.com
Concord, Carolina del Norte
12 empleados
Tanto a través de la red como por la vía convencional.
Muebles de hierro forjado hechos a mano

Sus necesidades

- Establecer su negocio en Internet
- Promocionar sus productos de manera eficiente y con recursos limitados
- Aumentar el número de clientes
- Optimizar su sitio web mejorar el proceso de compra de los usuarios

Pasos que han tomado

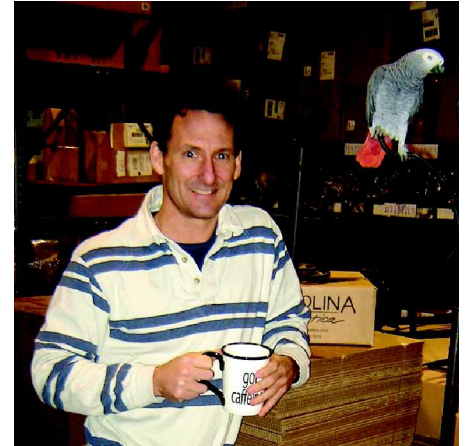
- Comenzaron a trabajar con **Google AdWords** en 2002
- Añadieron código de seguimiento de **Google Analytics** a su sitio web.
- Instalaron Google Checkout como opción de procesamiento de pagos.
- Establecieron dos feeds para **Google Base**.
- Comenzaron con un enfoque básico y fueron desarrollando campañas cada vez más sofisticadas.
- Utilizaron Google Analytics junto con AdWords para probar, mejorar y hacer el seguimiento de sus campañas.
- Maximizaron el presupuesto en publicidad gracias a la información obtenida de los productos de Google.
- Mejoraron el diseño de la página gracias a los datos de uso de Google Analytics.
- Disminuyeron los gastos utilizando los programas gratuitos Google Analytics y Google Base.

Golpear mientras el hierro aún está caliente

Carolina Rustica utilizó Google AdWords, Analytics, Checkout y Base para incrementar el porcentaje de conversiones en un 20% y las ventas totales en un 50%.

Ganarse la vida

Richard Sexton no se había imaginado nunca como empresario, ni mucho menos como propietario de una galería de muebles. Pero después de conseguir un Máster en Administración de Empresas y trabajar cuatro años en el campo empresarial, se sentía cada vez más insatisfecho con su carrera profesional. Finalmente, durante un viaje a Nepal, Richard decidió cambiar su vida radicalmente. En cuanto volvió a su país, dejó el trabajo, se mudó a su ciudad natal en Carolina del Norte y montó una pequeña tienda de objetos de decoración. Después se sentó y aprendió a vender objetos de decoración.



“Puede sonar cursi, pero realmente se me presentó la duda de qué quería hacer con mi vida”, dice Richard. “No tenía ningún tipo de experiencia en la venta al pormenor. Así que elegí cosas que nos gustaban: una mezcla de objetos clásicos americanos, como por ejemplo camas de hierro forjado, e importaciones de Asia. Fue toda una prueba de fuego. O, en nuestro caso, fuegos. En el proceso de aprendizaje cometimos bastantes errores, aunque también tomamos alguna buena decisión. Traerme mi loro Magoo a la oficina, la temprana incursión en Internet y la decisión de utilizar los productos de Google fueron tres de nuestras mejores ideas”.

Publicidad blindada

Richard creó un sitio web para su tienda en 1998 y comenzó a ofrecer algunos de los productos estrella a través de la red, como por ejemplo las camas de hierro forjado.

“Las ventas se dispararon”, recuerda. “En poco tiempo ya necesitamos personal dedicado en exclusiva al web sitio, y debido a la demanda, en el año 2000 lanzamos Carolina Rustica como sitio independiente centrado en la venta de muebles y complementos de hierro. A través de la Web, podíamos llegar a un público mucho más amplio y comenzamos a invertir en publicidad para poder conectar con clientes potenciales. Cuando hablo de nosotros”, añade Richard sonriendo, “me refiero a mí”.

Con ese departamento de marketing unipersonal, Richard abrió una cuenta de Google AdWords™ en 2002 y aún administra la cuenta él mismo. “Recibimos beneficios inmediatos de la inversión en AdWords”, comenta Richard. “Con el tiempo, aprendí a mejorar la efectividad de los anuncios, a elegir cuidadosamente las palabras clave y a ser más específico. Estoy muy satisfecho con los resultados. Nuestras ventas han aumentado en un 50% anualmente. Y parece como si cada vez que accedo a AdWords hay una nueva función para ayudarme a administrar mejor mi cuenta”.

Resultados

- **Han incrementado las ventas:** 50% de crecimiento anual
- **Han incrementado las conversiones:** Incremento del porcentaje de conversiones de un 20%
- **Han conseguido disminuir** los gastos de transacción: Google Checkout hizo disminuir el gasto por transacción en un 2,5%
- **Han aumentado el tráfico:** Aproximadamente el 30% del tráfico proviene de la publicidad en AdWords

Acerca de AdWords de Google

Google AdWords™ es un programa de publicidad basado en el rendimiento que permite a las grandes y pequeñas empresas anunciarse en Google y en la red de sitios web asociados. Cientos de miles de empresas en todo el mundo utilizan AdWords para anuncios de texto, de imagen y de vídeo con un precio que se basa en el coste por clic (CPC) y en el coste por impresión (CPM). Construido con un sistema de subastas, AdWords es una manera muy rentable y cuantificable de llegar a clientes potenciales. Para obtener más información, consulte la página <http://adwords.google.es>.

Acerca de Google Analytics

Google Analytics™ es una potente herramienta de análisis web gratuita. Efectúa un seguimiento de todos los usuarios, referencias, rendimiento de motores de búsqueda, promociones por correo electrónico e incluso de actividades que no se llevan a cabo en Internet. A través de informes con datos gráficos, Google Analytics ayuda a los usuarios a utilizar mejor los recursos publicitarios, mejorar la navegación por el sitio y conseguir un mayor retorno de la inversión. Mide tanto el éxito de las campañas de publicidad en AdWords como fuera de AdWords y revela qué anuncios y palabras clave han conseguido más conversiones. Para obtener más información, consulte la página <http://www.google.com/analytics/es-ES/>.

Después Richard se registró en Google Analytics™, una herramienta gratuita que ofrece un análisis exhaustivo de una variedad de importantes parámetros del sitio web y que funciona con AdWords para saber cómo llegan los usuarios al sitio de Carolina Rustica y cómo interactúan con él. La combinación de los dos productos permite a Richard saber cómo mejorar el sitio y convertir a los usuarios que lo visitan en clientes. “A medida que recogemos información, vamos definiendo mejor nuestra estrategia y reconstruimos el sitio para aprovechar lo que hemos aprendido”, dice Richard. “Sabemos el valor que genera cada página y cada anuncio de AdWords, y podemos mejorar continuamente nuestra publicidad en general. Ahora me he acostumbrado a este tipo de publicidad porque puedo calcular el retorno de la inversión de manera muy rápida, y nos ha ayudado a aumentar el porcentaje de conversiones en un 20 por ciento”.

“Hasta ahora, con AdWords”, continúa Richard, “no hay límite en lo que estamos dispuestos a gastar, porque es muy eficiente. Podría decir lo mismo de Google Analytics, pero es gratuito”.

Forjando confianza

Parte del proceso de añadir funciones al sitio de Carolina Rustica consistió en empezar a utilizar Google Checkout™, que ofrece una opción para pagar las compras rápida, segura y más cómoda. “Las compras han aumentado de forma tremenda”, explica. “Lo anunciamos en la página principal y es increíble lo rápido que pudimos configurarlo y ponerlo en marcha. Y por lo que se refiere a AdWords, con la gratuidad de las transacciones, Google Checkout no podría resultar más rentable: nos ahorra dinero”.

“La gama de productos de Google ha tenido un papel tan importante en nuestro éxito como cualquier otro aspecto de nuestro negocio”.
Richard Sexton, fundador, presidente y director general de Carolina Rustica

Recientemente ha comenzado también a anunciar los productos a través de Google Base™, que ayuda a la gente a encontrar Carolina Rustica cuando buscan en Google. “Me gusta mucho Google Base, se vincula fácilmente con nuestra actividad en AdWords. Tenemos dos feeds distintos, uno nacional y otro local, y es una manera gratuita y muy buena de aumentar la visibilidad”.

Con la conjunción de Google AdWords, Analytics, Checkout y Base, Richard ahorra tiempo y dinero, y toma decisiones de marketing en favor de sus clientes. “La gama de productos de Google ha tenido un papel tan importante en nuestro éxito como cualquier otro aspecto de nuestro negocio”, comenta Richard. “La combinación de los productos me ayuda a enlazar todas las operaciones. Desde que hacen clic, hasta la página de destino, la navegación por el sitio y la compra, queremos que nuestros clientes tengan una experiencia tan impecable y coherente como sea posible. Es la mejor manera de ganarte la confianza de los clientes”.

Acerca de Google Checkout

Google Checkout™ es un proceso de formalización de compra rápido y cómodo. Los vendedores online utilizan Google Checkout para procesar los pedidos de los clientes y cargar el pago en sus tarjetas de crédito o débito. Los compradores pueden realizar compras de forma rápida y segura con un solo nombre de usuario y contraseña. Google Checkout también funciona con el programa publicitario AdWords de Google, para ayudar a los comerciantes a aumentar las ventas y minimizar los gastos a través de los procesos de venta y publicidad online. Para obtener más información, visite <http://checkout.google.com/sell>

Totalmente equipado

Carolina Rustica continúa buscando nuevas maneras de mejorar el proceso de compra para que los clientes se queden con ganas de más; entre ellas está el diseño de su propia línea de muebles. Todo forma parte del plan de Richard de ser un minorista multicanal. “Hemos trabajado duro para controlar la complejidad del crecimiento del negocio, para reinvertir las ganancias para crecer más y para hacer que todo se desenvuelva paso a paso: de tener tres o cuatro proveedores y unos cientos de SKU (referencias de productos) a tener 70 proveedores y 15.000 SKU; de contar con un pequeño escaparate a tener un enorme almacén de envíos; de depender únicamente de los proveedores a tener nuestra propia gama de productos; y de realizar el 100% de las ventas en la tienda física a realizar el 85% por Internet”.

Carolina Rustica demuestra que por lo menos uno de los caminos del éxito va de Nepal hasta Carolina del Norte, con el pavimento de hierro y con un loro de por medio. “No tenía ni idea de que las cosas irían así”, dice Richard. “Pero cada vez veo más claro el futuro y estoy seguro de que Google estará allí para ayudarnos a alcanzarlo”.

