



Quem são eles

CAROLINA
Rustica

www.carolinarustica.com
Concord, Carolina do Norte
12 funcionários
Off-line e on-line
Móveis de ferro forjados

O que eles precisavam

- Estabelecer seu negócio na internet
- Comercializar com eficiência com recursos limitados
- Ampliar a base de clientes
- Aperfeiçoar o site e a experiência de compra

O que eles fizeram

- Em 2002, começaram a usar o **Google AdWords**
- Acrescentaram o acompanhamento do **Google Analytics** ao site
- Instalaram o Google Checkout como opção de processamento de pagamento
- Definiram dois feeds com o **Google Base**
- Começaram com uma abordagem básica e, depois, desenvolveram campanhas cada vez mais sofisticadas
- Utilizaram o Google Analytics junto com o Google AdWords para testar, otimizar e acompanhar as campanhas
- Maximizaram seus investimentos em marketing com base em dados dos produtos Google
- Aperfeiçoaram o design do site com base nos dados de uso fornecidos pelo Google Analytics
- Reduziram os custos usando o Google Analytics e o Google Base, ambos gratuitos

O que eles conseguiram

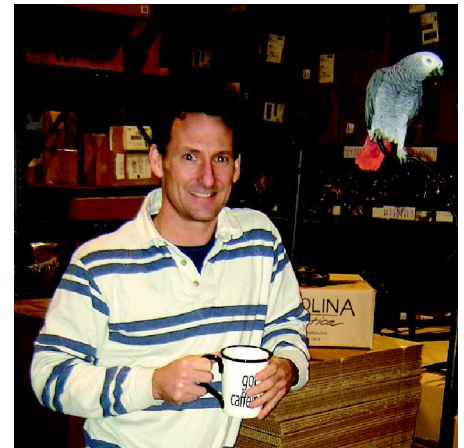
- **Aumento nas vendas:** 50% de crescimento por ano
- **Aumento nas conversões:** as taxas de conversão aumentaram em 20%
- **Custos de transações reduzidos:** o Google Checkout reduziu o custo por transação em 2,5
- **Aumento no tráfego:** aproximadamente 30% do tráfego foram obtidos pela publicidade do Google AdWords

O ferro em evidência

A Carolina Rustica usou o Google AdWords, o Google Analytics, o Google Checkout e o Google Base para aumentar sua taxa de conversão em 20% e suas vendas gerais em 50%.

Nova vida

Richard Sexton nunca se imaginou como empreendedor, muito menos como proprietário de uma loja de móveis. Porém, depois de um MBA e de quatro anos no mundo corporativo, ele estava extremamente insatisfeito com sua carreira. Finalmente, durante uma viagem ao Nepal, Richard decidiu fazer importantes mudanças na sua vida. Quando voltou da viagem, saiu de seu trabalho, mudou-se para sua cidade natal na Carolina do Norte e abriu uma pequena loja de móveis e acessórios para casa. Em seguida, começou a aprender como vender seus produtos.



“Pode parecer sentimental demais, mas era o verdadeiro dilema ‘o que quero fazer da minha vida?’”, afirma Richard. “Eu não tinha experiência alguma em vendas. Apenas pensamos em vender aquilo que gostamos: um mix de clássicos americanos – como camas de ferro forjado – e produtos importados da Ásia. Isso foi definitivamente uma prova de fogo. Ou, no nosso caso, várias provas. Compartilhamos erros em nosso aprendizado mas também tomamos boas decisões. Trazer o meu papagaio de estimação Magoo para o escritório, estar on-line desde o início e escolher usar os produtos Google foram três das nossas melhores decisões”.

Marketing resistente como ferro

Em 1998, Richard criou um site para sua loja e começou a oferecer alguns dos itens mais vendidos on-line, como as camas de ferro. “As vendas decolaram”, recorda. “Logo depois foi necessária uma equipe exclusiva para o site e, devido à demanda, em 2000, criamos o Carolina Rustica como site independente com foco nos móveis de ferro. Através da web, conseguimos atingir um público muito maior e começamos a investir em atividades de marketing que nos proporcionassem clientes em potencial. Por nós”, acrescenta Richard com um sorriso, “quero dizer eu”.

Em 2002, com seu departamento de marketing de um homem só, Richard abriu uma conta do Google AdWords™ e continuou no controle. “Percebemos de imediato as vantagens de nosso investimento no AdWords”, afirma Richard. “Ao longo do tempo, aprendi como refinar a eficácia de nossos anúncios, gerenciar as palavras-chave com cuidado e ser mais específico. Estou muito feliz com os resultados. As nossas vendas aumentaram 50% em um ano. Além disso, parece que sempre que faço login no Google AdWords há um novo recurso que me ajuda a gerenciar ainda melhor a minha conta”.

Posteriormente, Richard inscreveu-se no Google Analytics™, uma ferramenta gratuita que oferece uma análise abrangente de uma variedade de métricas importantes para o site e funciona com o Google AdWords, a fim de controlar como os visitantes acessam a página e interagem com o site da Carolina Rustica. Essa combinação fornece a Richard um importante *insight* de como desenvolver ainda mais o site e converter esses visitantes em clientes. “À medida que obtemos informações, refinamos a nossa estratégia e redesevolvemos o nosso site com o que aprendemos”, explica Richard. “Sabemos o valor que cada página e cada anúncio do Google AdWords proporciona e temos a possibilidade de melhorar contínua e

Sobre o Google AdWords

O Google AdWords™ é um programa de publicidade com base no desempenho que permite que as empresas de pequeno e grande porte anunciem no Google e na sua rede de sites parceiros. Centenas de milhares de empresas mundialmente usam o Google AdWords para anúncios gráficos, de texto e de vídeo com preço de custo por clique (CPC) e custo por impressão (CPM). Desenvolvido em um sistema de leilão, o Google AdWords é uma forma extremamente quantificável e econômica de atingir clientes em potencial. Para obter mais informações, visite <http://adwords.google.com.br>.

Sobre o Google Analytics

O Google Analytics™ é uma poderosa ferramenta de análise de sites gratuita. Ele acompanha com precisão os seus visitantes, referências, desempenho do mecanismo de pesquisa, promoções por e-mail e até iniciativas off-line. Com relatórios avançados visualmente, o Google Analytics ajuda os usuários a manter o foco em seus recursos de marketing, aperfeiçoar a navegação e atingir um ROI mais elevado. Ele avalia o êxito das campanhas de publicidade pertencentes ou não ao AdWords, revelando quais anúncios e palavras-chave apresentam melhor conversão. Para obter mais informações, visite <http://www.google.com/analytics/pt-BR/>.

Sobre o Google Checkout

O Google Checkout™ é um processo de pagamento rápido e conveniente. Os comerciantes on-line podem usar o Google Checkout para processar pedidos de clientes e efetuar a cobrança em seus cartões de crédito ou débito. Os consumidores podem comprar pela web de forma rápida e segura, usando um único nome de usuário e senha. O Google Checkout também funciona com o programa de publicidade de pesquisa do Google, o AdWords, a fim de auxiliar os comerciantes a aumentar as vendas e reduzir as despesas através do processo de vendas e marketing on-line. Para obter mais informações, visite o site <http://checkout.google.com/sell>.

integralmente o nosso marketing. Agora que fui 'contaminado' por esse tipo de marketing, posso avaliar muito rapidamente o retorno do meu investimento. Além disso, esse recurso nos ajudou a alavancar as nossas taxas de conversão em 20%".

"Até agora, com o Google AdWords", acrescenta Richard, "não há barreiras à ascensão se desejamos investir, pois ele é muito eficiente. Eu poderia dizer o mesmo sobre o Google Analytics, mas ele é gratuito".

Desenvolvendo confiança

Para acrescentar mais funcionalidade ao site da Carolina Rustica, Richard começou a usar o Google Checkout™, que oferece uma opção de pagamento mais rápida, segura e conveniente. "O Google Checkout melhorou imensamente", afirma. "Nós o disponibilizamos em nossa página inicial e foi impressionante o quão rapidamente o colocamos em funcionamento. E, à medida que trabalhamos com o AdWords, com o processamento gratuito, o Google Checkout não poderia ser mais econômico – ele tem nos proporcionado redução nos gastos".

"A plataforma de produtos do Google tem sido fundamental para o nosso sucesso como qualquer outra parte dos nossos negócios".
Richard Sexton, fundador, presidente e CEO, Carolina Rustica

Além disso, Richard iniciou recentemente a postagem de produtos através do Google Base™, o que ajuda as pessoas a localizarem a Carolina Rustica quando pesquisam no Google. "Eu gosto muito do Google Base – ele é facilmente vinculado às nossas atividades no Google AdWords. Temos dois feeds separados, um nacional e outro local, e eles representam um excelente método para aumentar a nossa exposição".

Ao usar o Google AdWords, o Google Analytics, o Google Checkout e o Google Base juntos, Richard economiza tempo e dinheiro e toma decisões de marketing importantes para sua clientela. "A plataforma de produtos do Google tem sido fundamental para o nosso sucesso como qualquer outra parte dos nossos negócios", acrescenta Richard. "Essa combinação me ajuda a agrupar toda a cadeia de eventos. Desde os cliques à página de destino, à navegação no site e à compra, queremos que os nossos clientes tenham uma experiência consistente e o mais perfeita possível. É a melhor forma de estabelecer confiança com o cliente".

Totalmente equipado

A Carolina Rustica continua buscando novas formas de fornecer uma experiência de compra que deixe os clientes com um "gostinho de quero mais", incluindo o design de sua própria linha de móveis. Tudo isso faz parte do plano de Richard de utilizar vários canais para comercializar seus produtos. "Trabalhamos muito para gerenciar a crescente complexidade do negócio, para investir ainda mais em crescimento e para implementar cada novidade em etapas: de três a quatro fornecedores e de algumas centenas de SKUs para 70 fornecedores e 15.000 SKUs; de uma pequena fachada a uma grande loja com depósito; da confiança somente em fornecedores ao desenvolvimento de nossa própria linha; e de 100% de nossas vendas com origem no mundo off-line para 85% vindo do mundo on-line".

A Carolina Rustica comprova que, pelo menos, um caminho para o sucesso realizado do Nepal até a Carolina do Norte, é pavimentado com ferro e conta com a ajuda de um papagaio. "Eu não poderia imaginar que as coisas se desenvolveriam dessa forma", afirma Richard. "Mas cada vez mais eu tenho uma imagem clara do futuro e estou certo de que o Google nos ajudará a chegar lá".

