



Chi è questa azienda



www.carolinarustica.com
 Concord, North Carolina, USA
 12 dipendenti
 Vendite offline e online
 Mobili in ferro battuto

Qual era la sua esigenza

- Affermare l'azienda su Internet
- Vendere efficacemente i prodotti con risorse limitate
- Allargare la base dei clienti
- Ottimizzare il sito e acquisire esperienza

Che cosa ha fatto

- Ha iniziato a usare **AdWords di Google** nel 2002
- Ha aggiunto **Google Analytics** per monitorare il sito web
- Ha installato **Google Checkout** come soluzione per l'elaborazione dei pagamenti
- Ha creato due canali per **Google Base**
- Partendo da un approccio semplice, ha quindi sviluppato campagne sempre più sofisticate
- Ha utilizzato Google Analytics insieme ad AdWords per testare, ottimizzare e monitorare le campagne
- Ha ottimizzato la spesa per il marketing basandosi sui dati dei prodotti Google
- Ha migliorato l'architettura del sito basandosi sui dati di utilizzo di Google Analytics
- Ha ridotto i costi utilizzando Google Analytics e Google Base, entrambi gratuiti

Che cosa ha ottenuto

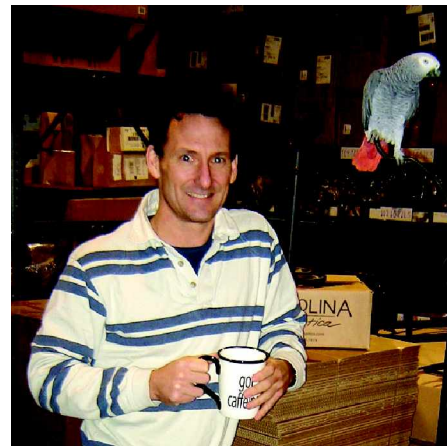
- **Aumento delle vendite:** crescita del 50% anno dopo anno
- **Aumento delle conversioni:** aumento dei tassi di conversione del 20%
- **Riduzione dei costi delle transazioni:** Google Checkout ha abbassato il costo per transazione di 2,5
- **Maggiore traffico:** Circa il 30% del traffico proviene dalla pubblicità AdWords

Battere il ferro finché è caldo

Carolina Rustica ha utilizzato AdWords di Google, Google Analytics, Google Checkout e Google Base per aumentare il tasso di conversione del 20% e le vendite globali del 50%.

Costruirsi una vita

Richard Sexton non aveva mai pensato di fare l'imprenditore. Ancor meno di diventare il proprietario di una galleria di mobili. Ma dopo aver seguito un MBA e aver trascorso quattro anni nel mondo aziendale, si sentiva sempre più insoddisfatto della sua carriera. Alla fine, durante un viaggio in Nepal, Richard decise di apportare cambiamenti sostanziali alla propria vita. Al suo ritorno, lasciò il lavoro e si trasferì di nuovo nella città natale nel North Carolina, dove aprì un piccolo negozio di articoli per l'arredamento. Quindi, cercò di capire in che modo si potevano vendere prodotti per l'arredamento.



“Può sembrare banale, ma era un po' quella storia di 'che cosa voglio fare della mia vita'”, ricorda Richard. “Non avevo la minima esperienza di come funzionasse la vendita al dettaglio. In pratica, vendevamo ciò che ci piaceva: un mix di "American classic", come letti in ferro battuto, e articoli di importazione dall'Asia. Era come una prova del fuoco o, per meglio dire, dei fuochi. La nostra curva di apprendimento includeva una bella dose di errori, ma anche alcune decisioni azzeccate. Portare il mio pappagallo Magoo in ufficio, entrare in rete di buon'ora e scegliere di utilizzare prodotti Google erano tre delle mosse più indovinate”.

Un marketing di ferro

Richard lanciò un sito per il suo negozio nel 1998 iniziando ad offrire online alcuni degli articoli più interessanti, ad esempio i letti in ferro battuto. “Le vendite cominciarono a decollare”, ricorda. “Ben presto fu necessario creare uno staff appositamente dedicato al sito e, a causa della forte domanda, decidemmo di lanciare Carolina Rustica come sito standalone nel 2000 per concentrarci sulla vendita di articoli in ferro. Grazie al Web eravamo in grado di raggiungere un pubblico molto più ampio e iniziammo pertanto a investire in attività di marketing che ci consentissero di entrare in contatto con potenziali clienti. Quando dico noi”, spiega Richard sorridendo, “intendo dire io”.

Con il suo ufficio di marketing rappresentato unicamente da se stesso, Richard decise quindi di aprire un account AdWords di Google™ nel 2002 e continua ancor oggi a gestire l'account da solo. “Ci rendemmo conto fin dall'inizio dei vantaggi di questo investimento in AdWords”, dice Richard. “Con il tempo ho imparato a perfezionare l'efficacia dei nostri annunci, a gestire attentamente le parole chiave e ad essere specifico. Sono molto soddisfatto dei risultati. Le nostre vendite aumentavano anno dopo anno del 50%. E ancor oggi, quando accedo ad AdWords, ho sempre l'impressione che ci sia una nuova funzione che mi permetta di gestire meglio il mio account”.

Richard si registrò quindi a Google Analytics™, uno strumento gratuito che permette di eseguire un'analisi completa di una serie di parametri di sito importanti e, integrandosi con AdWords, permette di sapere da dove provengono i visitatori e in che modo interagiscono con il sito di Carolina Rustica. Questa combinazione consente di ottenere informazioni preziosissime per migliorare il sito e convertire i visitatori in clienti. “A mano a mano che raccogliamo i dati, perfezioniamo la nostra strategia e ristrutturiamo il nostro sito applicando ciò che abbiamo appreso”, spiega Richard. “Siamo consapevoli dell'importanza che riveste ciascuna pagina e ciascun annuncio

AdWords di Google

AdWords di Google™ è un programma di pubblicità basato sul rendimento che consente a piccole e grandi aziende di pubblicare annunci su Google e sulla sua rete di siti web. Centinaia di migliaia di aziende di tutto il mondo utilizzano AdWords per pubblicare annunci di testo, annunci illustrati e annunci video con un prezzo basato sul costo per clic (CPC) e sul costo per mille impressioni (CPM). Grazie al proprio sistema basato su asta, AdWords rappresenta un modo altamente quantificabile ed economico per raggiungere potenziali clienti. Per ulteriori informazioni, consulta la pagina <http://adwords.google.it>.

Google Analytics

Google Analytics™ è uno strumento gratuito e potente per l'analisi dei dati web. Consente di monitorare con precisione visitatori, referral, prestazioni dei motori di ricerca, promozioni email e campagne offline. Attraverso rapporti chiari e visivamente efficaci, Google Analytics permette agli utenti di concentrare le proprie risorse di marketing, migliorare la navigazione sul sito e ottenere un ROI più elevato. Consente di misurare il successo di campagne pubblicitarie AdWords e non AdWords e rivela gli annunci e le parole chiave che generano i migliori risultati. Per ulteriori informazioni consulta la pagina <http://www.google.com/analytics/it-IT>.

Google Checkout

Google Checkout™ è una soluzione rapida e conveniente per il pagamento di acquisti online. I rivenditori online utilizzano Checkout per elaborare gli ordini e consentire ai clienti di pagare tramite carta di credito o Bancomat. Gli acquirenti possono effettuare i loro acquisti in modo rapido e sicuro utilizzando un unico nome utente e un'unica password. Checkout è integrato anche con AdWords, il programma di pubblicità associata alla ricerca di Google, per consentire ai rivenditori di aumentare le vendite e ridurre al minimo le spese attraverso una procedura di vendita e di marketing online. Per ulteriori informazioni, consulta la pagina <http://checkout.google.com/sell>.

AdWords e possiamo ottimizzare continuamente il nostro marketing generale. Ormai ci siamo affezionati a questo tipo di marketing, in quanto ci permette di misurare rapidamente il nostro ritorno sull'investimento e ci aiuta ad incrementare i tassi di conversione del 20%”.

“Finora con AdWords”, prosegue Richard, “non abbiamo avuto bisogno di porre un tetto massimo di spesa, perché è tutto così efficiente. Potrei dire la stessa cosa di Google Analytics, ma è gratuito”.

Costruire la fiducia

Richard, che ha sempre continuato ad arricchire il sito di Carolina Rustica con funzionalità avanzate, ha iniziato quindi a utilizzare Google Checkout™, una soluzione rapida, sicura e conveniente per effettuare acquisti online. “Checkout è cresciuto notevolmente”, afferma. “Lo abbiamo inserito nella nostra home page ed è stata sorprendente la rapidità con cui siamo riusciti ad implementarlo. Inoltre, per quanto riguarda le vendite derivanti da AdWords, grazie alla sua elaborazione gratuita Checkout non potrebbe essere più economico: ci fa risparmiare denaro”.

“La suite di prodotti Google si è rivelata decisiva per il nostro successo, così come per qualsiasi altro aspetto della nostra attività”. Richard Sexton, fondatore, presidente e CEO di Carolina Rustica

Di recente, ha iniziato anche a pubblicare prodotti tramite Google Base™, che consente agli utenti di trovare Carolina Rustica quando eseguono ricerche su Google. “Google Base mi piace molto: si integra facilmente con la nostra attività AdWords. Abbiamo due canali distinti: uno nazionale e uno locale. Ed è un modo eccellente per aumentare gratuitamente la nostra visibilità”.

Utilizzando congiuntamente AdWords di Google, Google Analytics, Google Checkout e Google Base, Richard riesce a risparmiare tempo e denaro e a prendere decisioni di marketing adeguate ai suoi clienti. “La suite di prodotti Google si è rivelata decisiva per il nostro successo, così come per qualsiasi altro aspetto della nostra attività”, prosegue Richard. “Questa combinazione mi permette di integrare l'intera catena degli eventi. Dalla percentuale di clic, alla pagina di destinazione, alla navigazione sul sito fino all'acquisto, desideriamo offrire ai nostri clienti un servizio quanto più possibile completo, uniforme e impeccabile. È il modo migliore per creare una fiducia con il cliente”.

Una gamma completa

Carolina Rustica è sempre alla ricerca di nuovi modi per ampliare la propria offerta di vendita e stimolare i clienti a chiedere di più, arrivando addirittura a progettare la linea dei propri articoli di arredamento. Fa tutto parte del progetto di Richard di trasformarsi in un retailer a più canali. “Abbiamo lavorato duramente per gestire la sempre maggiore complessità della nostra attività, per reinvestire nella crescita e implementare tutto passo dopo passo: da tre a quattro fornitori e poche migliaia di articoli a 70 fornitori e 15.000 articoli; da piccolo storefront a grande magazzino di vendita per spedizione; da piccolo negozio dipendente esclusivamente dai fornitori a grande esercizio che sviluppa autonomamente la propria linea di prodotti; da piccola attività dipendente al 100% dalle vendite offline a grande attività in cui l'85% delle vendite avviene ormai tramite Internet”.

Carolina Rustica è la dimostrazione che almeno uno dei percorsi che portano al successo parte dal Nepal e arriva in North Carolina, è pavimentato in ferro e implica anche la presenza di un pappagallo. “Non avrei mai immaginato che le cose sarebbero andate in questo modo”, dice Richard. “Ma oggi abbiamo una visione sempre più chiara del futuro. E sono sicuro che Google ci aiuterà ad arrivarci”.

