

Vepersa. Cómo maximizar rentabilidad en un sector de tickets altos.

El desafío estaba en maximizar rentabilidad publicitaria en un sector de tickets altos, ciclos de compra largos y márgenes muy distintos entre modelos. Había que optimizar el coste por venta, entender mejor qué canales aportaban ventas reales en concesionario y construir una estrategia digital capaz de escalar sin disparar costes.





Diseñando la conversión.

01 ANÁLISIS CRO

Implementamos un proceso de optimización de la tasa de conversión (CRO) para **entender el comportamiento del usuario, identificar barreras y oportunidades** de mejora en el recorrido digital de Vepersa, buscando siempre la máxima eficiencia.

02 LANDINGS

Eliminamos elementos distractores, como recomendaciones de modelos aspiracionales, y optimizamos el diseño para una navegación intuitiva y una jerarquía visual clara, con el fin de centrar la atención en la acción deseada.

03 INTENCIÓN

Para contrarrestar la dispersión y **asegurar que el usuario realizara la acción principal**, simplificamos drásticamente formularios y mensajes. Esto redujo la carga cognitiva y guio al usuario directamente hacia la solicitud de información o prueba de conducción del vehículo de su verdadero interés.

04 A/B TESTING

Ante las hipótesis de mejora planteadas, implementamos un riguroso **sistema de pruebas A/B**. Esto nos permitió validar con datos empíricos qué versiones de landings y elementos específicos generaban una mayor tasa de conversión, optimizando continuamente el rendimiento.

CRO & OPTIMIZACIÓN LANDINGS

Como es común en muchos concesionarios del sector automotriz, identificamos que la estructura de las páginas y las landings generaban fricción y desvío de la atención, impidiendo que los usuarios se centraran en los vehículos de su interés real y reduciendo la tasa de conversión.

Generando la conversión.



GOOGLE ADS

Para Google Ads, desarrollamos un **feed de vehículos específico y optimizado**. Esto nos permitió lanzar campañas altamente efectivas, mostrando a los usuarios los vehículos que más les podían interesar y modelos similares en prestaciones y presupuesto. Este enfoque ultra-personalizado maximizó la relevancia de los anuncios y, consecuentemente, las oportunidades de conversión.



META ADS

De forma análoga, aplicamos campañas de venta por catálogo en Meta Ads (Facebook e Instagram). Con esta estrategia, impactamos a los usuarios con anuncios de los coches que ya les interesaban, o de vehículos con características, precios y usos similares. Esto garantizó una experiencia publicitaria altamente coherente y efectiva, manteniendo la marca y sus ofertas en la mente del potencial comprador a lo largo de todo su ecosistema digital.

Trackeando la conversión.

En un mercado donde cada clic cuenta, pero solo la venta importa, Vepersa necesitaba una estrategia que fuera más allá del "último clic", por lo tanto, transformamos su enfoque de conversión para conectar cada interacción con el resultado final.



FUNDAMENTOS TÉCNICOS

Trascendimos el seguimiento superficial para construir una base de datos robusta y precisa.

Implementamos un **sistema de tracking avanzado** que mapeó cada interacción en su web, desde el primer clic hasta la navegación más profunda.

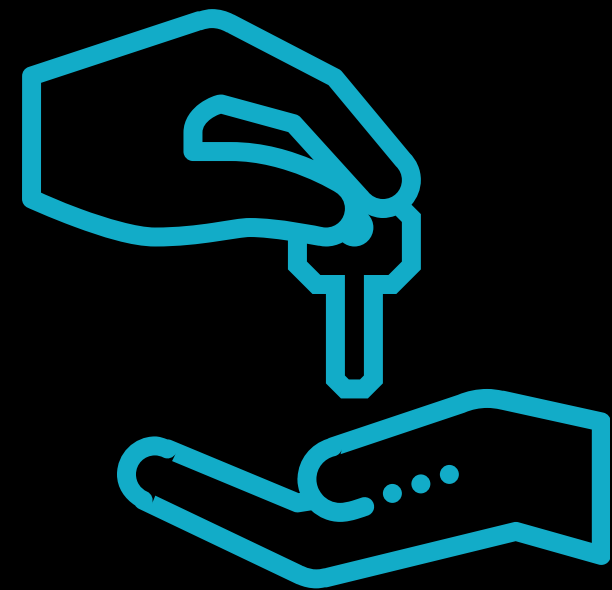
Esta recolección exhaustiva de datos fue el pilar para un salto cualitativo, la integración de la importación de conversiones offline directamente en Google Ads y Meta Ads. Esto significa que **cada venta real que ocurría en el concesionario se conectaba directamente con la campaña digital que la originó**, permitiéndonos optimizar las estrategias basándonos en el valor verdadero y no solo en métricas superficiales.

El resultado directo fue una reducción drástica y significativa del coste por venta (CPV), asegurando que cada euro invertido en publicidad generara un retorno medible y rentable para Vepersa.

Resultados.

La intervención estratégica en Vepersa nos permitió revitalizar su captación de clientes, transformando un escenario de pocos leads y de baja calidad en un motor de crecimiento eficiente.

Mediante una optimización integral de sus campañas digitales y la mejora de la calidad de sus leads, se ha reducido el coste por venta a la mitad, sentando las bases para una expansión comercial sostenible en el competitivo sector automovilístico.



Leads captados

+ 300%

Conversiones

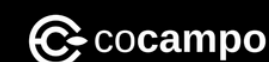
+ 48%

Coste por venta

- 50%

Hacemos crecer lo que merece ser grande.

Auditoría gratuita



CON**✓****VER****AGE**
ClickAge