

O Guia do e-commerce inteligente para o Google Shopping

Pode haver machine learning com o Google Shopping?



Como ter sucesso com suas campanhas e impulsionar as vendas

As chaves para o sucesso

O Google Shopping tornou-se essencial para as estratégias de marketing dos varejistas. Mas, apesar da eficácia comprovada do canal, é uma tarefa difícil de dominar. A boa notícia é que existem novas soluções e estratégias para ajudar.

Neste relatório, você vai descobrir por que os e-commerces estão tão entusiasmados com o Google Shopping – e por que eles acham isso tão desafiador. Você também verá como o Google Shopping pode ter sua performance com o machine learning e a automação.

Em 2017, os e-commerces no Brasil gastarão mais de 5 bilhões de reais em Search Engine Marketing (SEM), mais do que com rádio.

Fonte: eMarketer, abril de 2017

Maximizar a performance no Google Shopping pode ser um desafio

Encontre o equilíbrio certo entre Alcance e ROI

Se o seu catálogo inclui milhões de produtos ou apenas alguns milhares, construir e manter suas campanhas de Google Shopping é algo complicado de fazer em tempo real.

Eis o motivo:

Se você optar por incluir um grande número de itens a fim de maximizar as chances de seus produtos aparecerem nos resultados do Google Shopping, você pode obter grande alcance, mas às custas do ROI.

Por outro lado, se você priorizar a otimização do seu ROI, poderá acabar se concentrando exclusivamente nos produtos principais do seu catálogo, o que reduzirá significativamente o seu alcance.

O SEM é o Canal nº 1 para ROI

O SEM obtém o primeiro lugar por sua capacidade de gerar ROI online, à frente tanto de email quanto da SEO (Search Engine Optimization – Otimização de Mecanismo de Busca).

Alcance

Para aproveitar ao máximo todo o seu catálogo, você precisa oferecer uma ampla variedade de produtos. Seu alcance então se expande, mas ajustar todas as suas ofertas torna-se desafiador. Como resultado, o ROI de suas campanhas sofre.

Alcance ou ROI?
E se você pudesse ter os dois?

ROI

Você concentra seus esforços nos itens de melhor performance e remove aqueles com baixa performance. Enquanto seu ROI melhora significativamente, você perde um grande número de oportunidades de vendas.

É crítico ir além da segmentação simplista

Porque você precisa de segmentação sofisticada

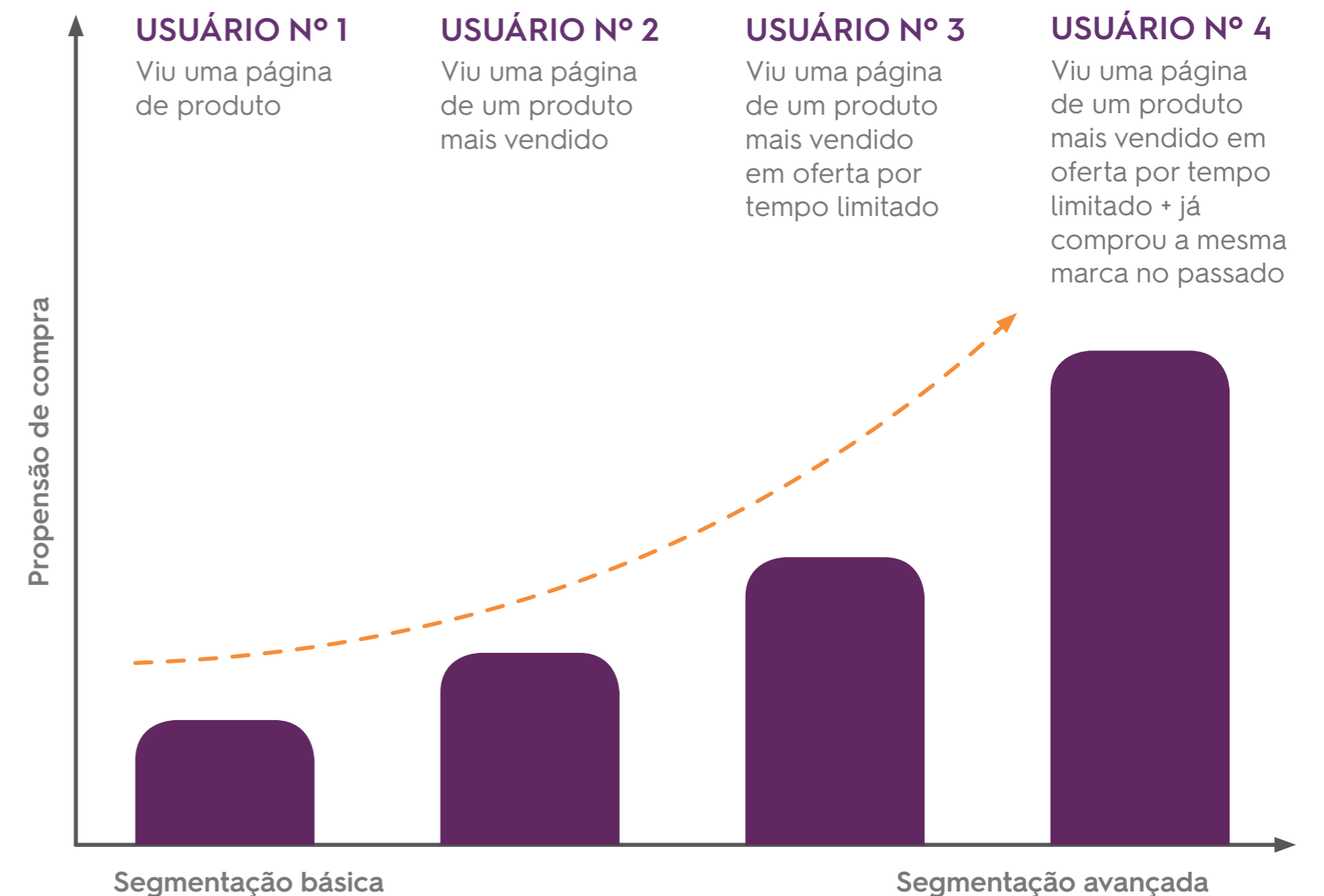
Para tornar mais fácil para os comerciantes começarem, o Google oferece maneiras simples de segmentar o público utilizando Listas de Remarketing para Anúncios de Pesquisa (RLSA). Embora ela seja uma ferramenta útil, alavancando essas listas, isso não significa que você está usando o Google Shopping em seu pleno potencial.

Por quê? A propensão para conversão pode variar significativamente de um usuário para o próximo, em função de seus respectivos históricos e níveis de comprometimento. Não é incomum medir variações de 1 a 10 (ou mais)* entre usuários de internet que métodos de segmentação corriqueiros normalmente colocam no mesmo balde.

Tirar o máximo proveito de anúncios de listagens de produto (PLAs) exige a abordagem do potencial de valor de cada visitante em um nível maior de detalhes.

* Fonte: Criteo, análises internas

RLSA: Como uma segmentação mais avançada pode desbloquear valor de marketing



Saber o que impulsiona a performance não é apenas questão de intuição, é questão de insights

Para obter sucesso com o Google Shopping, saber a forma de comercializar um catálogo de produtos e ter uma compreensão profunda das tendências de compra importa mais do que dominar os fundamentos do marketing de mecanismos de busca. Desenvolver esse nível de especialização e coletar insights profundos leva tempo.

Mas levar suas campanhas do Google Shopping para o próximo nível não depende apenas da tomada de decisões estratégicas – há também os desafios operacionais. Mesmo com configurações relativamente básicas, o Google Shopping é difícil de ser dimensionado manualmente. Para equipes de marketing, isso significa mais tempo gasto na gestão diária de suas campanhas, com menos tempo disponível para a descoberta de novos insights e o desenvolvimento de novas estratégias.

Então, como os e-commerces dimensionam, otimizam e obtêm sucesso com o Google Shopping?

Para superar os limites do Google Shopping, temos que nos concentrar nas prioridades dos e-commerces: decisões mais informadas, mais vendas

O Google Shopping é a plataforma de PLA líder no Brasil.

Fonte: Engel Research

Google Shopping e o Poder do Machine Learning e da Automação

Os gastos com SEM no Brasil terão um crescimento previsto de mais de 50% entre 2017 e 2020.

Fonte: eMarketer, abril de 2017

O que exatamente é o machine learning e a automação, e como isso funciona para mim?

Soluções inovadoras para obter o máximo do Google Shopping

O machine learning é uma ferramenta valiosa para a modelagem da complexidade das campanhas de PLA e para prever seus resultados através da análise de dados. Ele pode identificar fatores de performance e das interações, e fazer otimizações em relação a eles. Sua capacidade única de capturar e interpretar vários sinais aumenta significativamente a eficácia das campanhas do Google Shopping.

A automação reduz drasticamente o esforço manual de otimização de campanhas, independentemente do tamanho do seu catálogo. Automatizar tarefas repetitivas permite que as equipes se concentrem em tarefas de maior valor agregado, e cria um fluxo de trabalho mais eficaz, marcado por excelência operacional.

Que fatores influenciam uma campanha de Google Shopping?



5 mandamentos para o e-commerce inteligente

- 1 Encontre as alavancas de performance adequadas com tecnologia com machine learning
- 2 Mire na intenção e no compromisso de compra com precisão
- 3 Projete e atinja seu ROI
- 4 Conte com mais sinais de compra
- 5 Recupere tempo no seu dia para se concentrar nas coisas que mais importam

1

Encontre as alavancas de performance adequadas com tecnologia de machine learning

O machine learning tornou possível a captura de dados em grande escala, e de forma muito mais eficaz do que qualquer ser humano poderia fazer.

O machine learning identifica automaticamente as configurações e combinações mais relevantes nas suas campanhas do Google Shopping.

Com o poder do aprendizado de máquina, as alavancas mais eficazes são monitoradas e refinadas, a fim de maximizar o seu ROI.

+ 73%
Receita

+ 51%
ROAS

“

Atingimos ótimos resultados somente em alguns meses.

Sam Ross, gerente sênior de marketing de crescimento, Teespring

2

Mire na intenção
e no compromisso de
compra com precisão

Os algoritmos de segmentação, que substituíram a segmentação manual em geral, permitem que os comerciantes atinjam efetivamente usuários individuais com base em sua intenção de compra observada.

O resultado são ofertas ajustadas a cada potencial dos usuários, e uma granularidade sem precedentes em suas listas de remarketing.

+ 35%
Receita

+ 29%
ROAS

“

Estávamos perdendo impressões para os concorrentes. A Criteo tornou tudo muito mais eficiente; nossa performance com o Google Shopping aumentou.

Aaron Hall, vice-presidente de divisão,
PartySuppliesDelivered

3

Projete e atinja
o seu ROI

Ao incorporar continuamente a forma como os dados estão sendo usado a fim de melhorar os resultados, o machine learning garante uma otimização rápida e significativa de todos os indicadores de performance em suas campanhas de Google Shopping.

A tecnologia avançada torna a otimização mais rápida do que nunca.

4

Conte com mais
sinais de compra

A capacidade de previsão do machine learning permite que você impulsione suas campanhas com a faturação em resultados históricos. Melhor ainda, essa tecnologia oferece a possibilidade de melhorar suas ofertas de produtos com poucos ou nenhum dado histórico, incluindo produtos de nicho, produtos sazonais e produtos que são novos para os feeds.

Aumente sua capacidade de otimização refinando o seu conhecimento da intenção de compra de cada usuário e os produtos que lhes interessam.

+16%
Taxa de
Conversão

+36%
ROAS

“

Fazer ofertas em nível de marca e categoria pode resultar em ofertas menos que ideais, pois você não está quebrando as coisas de forma mais granular.

Ryan Pabelona, gerente sênior de marketing,
Revolve Clothing

5

Recupere tempo no seu dia para se concentrar nas coisas mais importantes

Sem mais horas gastas na manutenção da estrutura de suas campanhas, suas configurações, alterações de ofertas e tetos orçamentais. Graças à automação, você pode se concentrar no essencial: análise de tendências, pesquisas sobre novos insights, desenvolvimento de estratégias.

Com condições operacionais ideais para suas campanhas, você pode investir mais tempo pensando sobre a evolução do seu catálogo, bem como a sua relevância e adequação ao seu mercado.

+19%
Vendas

+29%
ROI

“

Considerando as nossas expectativas para o Google Shopping, a Criteo nos permite ser muito mais ambicioso.

Sébastien Robles, diretor de marketing,
BrandAlley

Domine o Google Shopping com o Criteo Predictive Search

O Criteo Predictive Search (CPS) é uma solução totalmente automatizada, completa e de alta performance, projetada integralmente para impulsionar suas campanhas de Google Shopping.

1. Performance

Nossa tecnologia comprovada de machine learning liberta você das demoradas otimizações manuais de suas campanhas do Google Shopping e garante um ROI melhor.

2. Automação

O ajuste automático e contínuo das suas campanhas, suas estruturas, configurações, taxas de ofertas e orçamentos proporciona uma economia valiosa de tempo.

3. Previsão

Ao analisar as viagens dos compradores de mais de 1,2 bilhão de usuários da Internet ao redor do mundo, somos capazes de construir listas de remarketing para anúncios de busca (RLSA) que levam em conta o nível de comprometimento de cada usuário.

4. Machine Learning

O Criteo Predictive Search está constantemente aprendendo, e é capaz de lidar com qualquer tipo de volume de campanha no Google Shopping, até mesmo adaptando-se a picos de atividade sazonal.



+35%
Receita

+29%
ROAS



-27%
CPA

+323%
Conversões
de um ano
para o outro



+47%
ROAS

+51%
Receita



+53%
Conversões

-25%
CPA

Para saber mais sobre como o Criteo Predictive Search ajudou marcas como a sua a atingir, e até mesmo a superar, suas metas no Google Shopping, convidamos você a entrar em contato com nossos especialistas em pesquisa em www.criteo.com/br/products/criteo-predictive-search/

Sobre a Criteo - www.criteo.com - @criteo

A Criteo (NASDAQ: CRTO) oferece marketing de performance personalizado em grande escala.

Ao medir o retorno sobre as vendas pós-clique, a Criteo torna o ROI transparente e de fácil medição.

A Criteo tem mais de 2.500 funcionários em mais de 30 escritórios nas Américas,

Europa, Oriente Médio e África e Ásia-Pacífico, atendendo a mais de 14.000 anunciantes em todo o mundo e com relações diretas com milhares de editores.

Para saber mais, visite <http://www.criteo.com>

Fique a vontade em compartilhar

Criteo

@criteo

Automatizadas e preditivas, as campanhas do #GoogleShopping estão entrando em uma nova era #CriteoPredictiveSearch



Criteo

@criteo

Seremos mais inteligentes com o #GoogleShopping graças à #machinelearning e à #automação #CriteoPredictiveSearch



Criteo

@criteo

Otimizar o #GoogleShopping ficou fácil, preditivo e preciso, graças ao #CriteoPredictiveSearch



Criteo

@criteo

Com o #CriteoPredictiveSearch você não precisa mais escolher entre #alcance e #ROI nas suas campanhas de #GoogleShopping

