



**e-Andes**  
marketing online

Consultoría Diseño web Email Marketing Capacitación Publicidad Online

## Ejemplo Caso Éxito Google Adwords



# Iconshock se posiciona en el mercado mundial con Google AdWords.

## Compañía

A principios de 2005, Juan Pablo Sarmiento fundó Iconshock, una empresa radicada en Bogotá, Colombia, dedicada a diseñar íconos y otros productos de interfaz como logotipos, ilustraciones, menús, botones e incluso proyectos a la medida. Hoy en día, la empresa cuenta con 30 empleados, incluyendo algunos diseñadores distribuidos alrededor del mundo, y tiene como misión contribuir al mejoramiento de la imagen de los sitios Web de sus clientes. Con un inventario de 270,000 íconos en 150 colecciones, Iconshock es uno de los líderes en el mercado a nivel mundial y vende sus productos a empresas nacionales y multinacionales de diversas industrias, como software, construcción, diseño Web y educación.

## Retos

Dado que su modelo de negocios está totalmente orientado al mundo empresarial, el desafío principal de Iconshock era atraer tráfico efectivo, es decir, potenciales compradores de sus diseños. Como usuario de muchos otros productos de Google, Sarmiento decidió probar Google AdWords. Según afirma, "con AdWords, lo más importante era conseguir que los usuarios interesados ahorraran tiempo a través de nuestros productos y que pudieran encontrarnos fácilmente. El objetivo principal era generar más ventas y que los visitantes se convirtieran en clientes. Esa fue la meta número uno cuando nos decidimos por Google AdWords".

Frente a este panorama, Google AdWords resultó ser una herramienta ideal ya que los anuncios de Iconshock se muestran justo cuando compradores potenciales están en Google buscando servicios de diseño como los que ellos brindan. Mejor aún, Iconshock solamente paga a Google cuando un usuario hace clic en su anuncio, es decir, cuando un cliente potencial decide visitar su sitio Web. De esta forma, Iconshock asegura un alto retorno de su inversión y la atracción de tráfico efectivo a su portal.

## Resultados

Al poco tiempo de comenzar a publicitar con AdWords, Iconshock registró un crecimiento que no había imaginado. Desde principios de 2006 la empresa pasó de tener dos nuevos clientes semanales a conquistar siete nuevos clientes diarios. Modestamente, Sarmiento sostiene que "uno no pensaría que haciendo íconos y elementos de interfaz se podría tener tal crecimiento. No obstante, el crecimiento en ventas ha sido 50 veces mayor y AdWords representa el 25% de esas ventas; por consiguiente, es demasiado importante para nosotros". Gracias a AdWords y sus campañas publicitarias en línea, hoy Iconshock.com cuenta con clientes de la talla de Hewlett Packard, Bank of America, SAP y la NASA.

Google AdWords ha permitido que la compañía posicione su marca en el mercado y se consolide como uno de los líderes mundiales en su segmento. Actualmente, Iconshock tiene clientes en los cinco continentes y los más importantes se encuentran en Europa y los Estados Unidos, hecho que le permite obtener mayores márgenes de ganancia. "Desde que se inició la compañía hemos utilizado AdWords y nos ha ido muy bien, Google ha estado con nosotros en todo el proceso de crecimiento."

Actualmente, Iconshock destina el 40% de su presupuesto publicitario a Google AdWords. Sarmiento es contundente al sostener que "sin duda alguna, AdWords es nuestra mayor inversión publicitaria y la más efectiva". La empresa cuenta con varias campañas, algunas de ellas para realizar pruebas de medición y comparación. Por ejemplo, en Iconshock afirman que "una excelente herramienta de AdWords es poder colocar varios anuncios de texto en simultáneo para ver cuál se desempeña mejor".

Como Director General, Sarmiento también destaca la importancia de que un servicio de mercadotecnia brinde apoyo eficiente y oportuno. Este es otro de los beneficios que su empresa ha encontrado en AdWords: "He tenido que escribir al servicio de soporte dos veces y siempre obtuve respuestas adecuadas en menos de 48 horas".



## Plan a Futuro

En tan sólo dos años, Iconshock.com lleva invertidos más de 27 mil dólares en Google AdWords y "cada vez invertimos más porque ha sido el que mejores resultados nos ha dado". En efecto, la empresa ha aumentado su presupuesto publicitario en un 40% durante los últimos trimestres, alcanzando 10 mil dólares en el primer trimestre del año, y planea que AdWords constituya el 50% de su inversión publicitaria total a corto plazo.

Sarmiento planea continuar explorando recursos, productos y funcionalidades adicionales de Google AdWords y mejorar aún más el retorno de la inversión de sus campañas. Por ejemplo, actualmente, las campañas de Iconshock son mostradas exclusivamente cuando un usuario realiza una búsqueda. Sin embargo, sus anuncios también podrían aparecer en miles de sitios de contenido afiliados a Google. Al adicionar la red de contenidos a sus campañas, un sofisticado algoritmo de Google podrá mostrar sus anuncios en los sitios cuyo contexto y contenido sean relevantes. Esto permitiría a Iconshock ampliar significativamente el alcance de sus campañas sin disminuir su facilidad de uso. Adicionalmente, también consideran que "crear anuncios de texto en otros idiomas y ser más precisos con la orientación geográfica, es algo que definitivamente debemos hacer". Por último, explorarán también la posibilidad de asociar su cuenta de AdWords con Google Analytics. Al hacerlo, tendrán información sobre cómo se comportan sus visitantes para optimizar el diseño y arquitectura del sitio.

e-Andes marketing online  
Eliodoro Yañez 1742, Providencia  
Santiago de Chile  
T: +56-2-2042034  
info@e-andes.com  
[www.e-andes.com](http://www.e-andes.com)