



# COMMANDERS **ACT**

**Datos y Rentabilidad**

2023

supported by... **yukanra**

# Agenda

- 01 Commanders Act X
- 02 España es un mercado con particularidades
- 03 La relación entre los datos y la rentabilidad
- 04 Q&A
- 05 Gracias

# 01 Commanders Act X

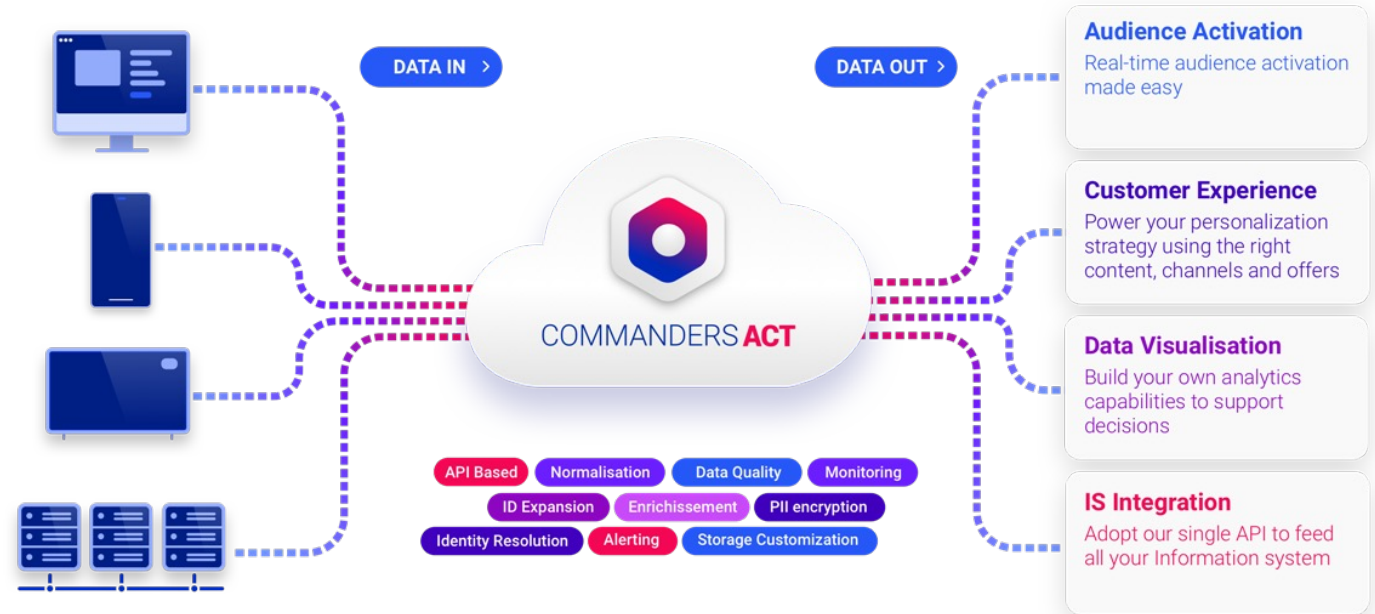
Quick Platform Overview

# A Single Platform

Powered by Server Side Capabilities

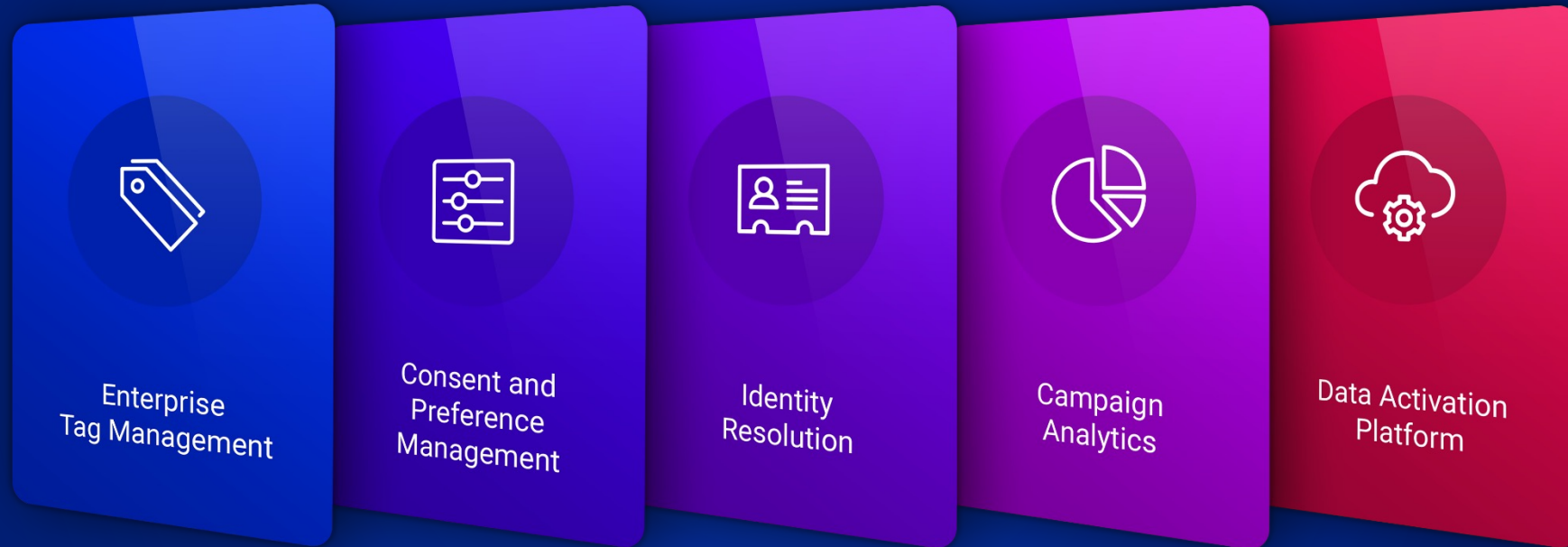
All is sources  
All is destinations  
All is about events

< No Code >



# The Same Functional Coverage

## Branded Products Turned into Functions



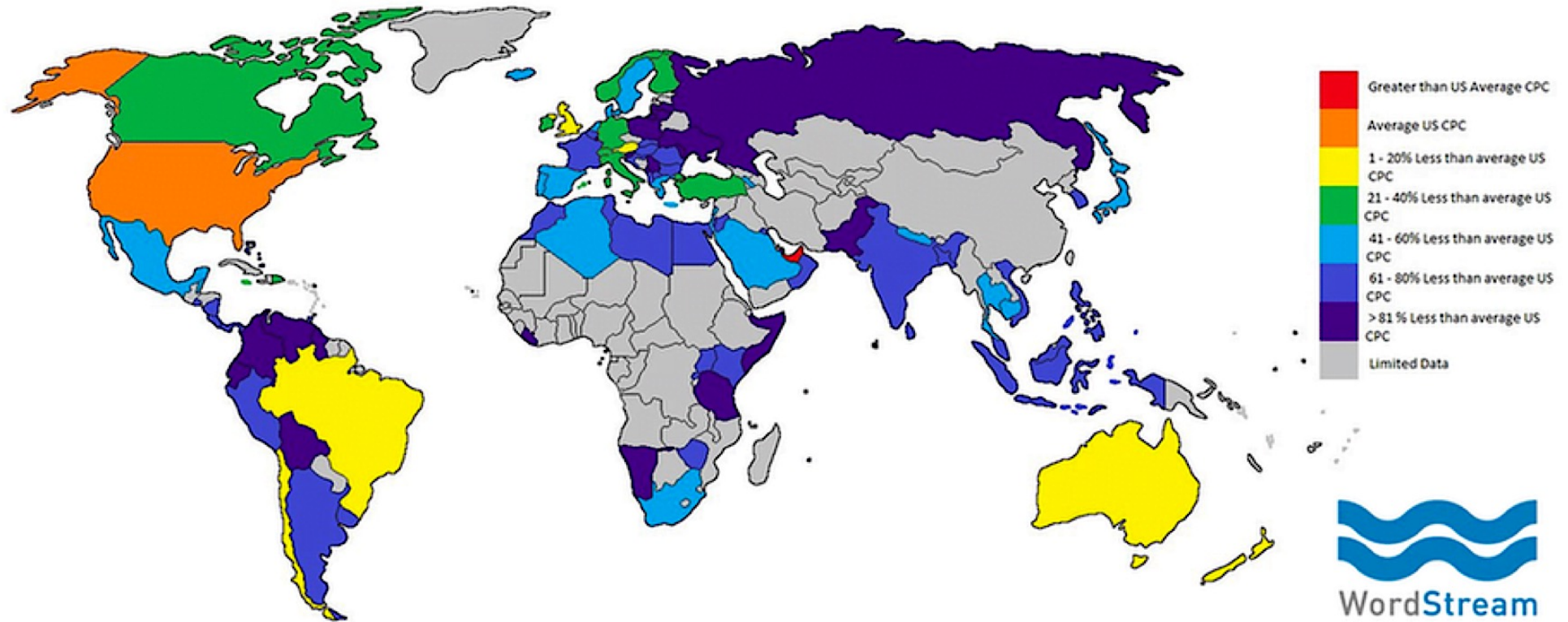
# 02 España es diferente

Portugal, también.

# Aspectos que nos diferencian

## Precios

### Average Cost per Click Around the World



# Aspectos que nos diferencian

## Promedio de Indicadores de Conversión

**Search Advertising Benchmarks 2023**

**Average CPC, CPL, CTR, CVR**

|                                      | Avg. Cost Per Click (\$) | Avg. Cost Per Lead (\$) | Avg. Click-Through Rate (%) | Avg. Conversion Rate (%) |
|--------------------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Animals & Pets                       | 3.13                     | 23.57                   | 8.12                        | 13.41                    |
| Apparel / Fashion & Jewelry          | 2.72                     | 72.24                   | 6.46                        | 1.57                     |
| Arts & Entertainment                 | 1.55                     | 76.71                   | 11.78                       | 3.03                     |
| Attorneys & Legal Services           | 9.21                     | 111.05                  | 4.76                        | 7.00                     |
| Automotive – For Sale                | 2.08                     | 42.52                   | 8.77                        | 5.72                     |
| Automotive – Repair, Service & Parts | 3.06                     | 21.12                   | 5.91                        | 12.61                    |
| Beauty & Personal Care               | 2.89                     | 36.97                   | 6.87                        | 8.16                     |
| Business Services                    | 5.47                     | 87.36                   | 5.11                        | 4.94                     |
| Career & Employment                  | 3.78                     | 132.95                  | 6.67                        | 3.11                     |
| Dentists & Dental Services           | 6.69                     | 65.37                   | 5.34                        | 10.40                    |
| Education & Instruction              | 4.10                     | 62.80                   | 6.41                        | 7.07                     |
| Finance & Insurance                  | 4.01                     | 90.02                   | 6.18                        | 4.11                     |
| Furniture                            | 2.77                     | 108.85                  | 6.19                        | 2.57                     |
| Health & Fitness                     | 4.18                     | 51.42                   | 6.44                        | 8.40                     |
| Home & Home Improvement              | 6.55                     | 66.02                   | 4.80                        | 10.22                    |
| Industrial & Commercial              | 4.35                     | 59.74                   | 5.57                        | 7.91                     |
| Personal Services                    | 3.90                     | 40.85                   | 7.54                        | 8.70                     |
| Physicians & Surgeons                | 3.97                     | 37.71                   | 6.73                        | 13.12                    |
| Real Estate                          | 1.55                     | 66.02                   | 9.09                        | 2.88                     |
| Restaurants & Food                   | 1.95                     | 34.81                   | 8.65                        | 5.06                     |
| Shopping, Collectibles & Gifts       | 2.44                     | 31.50                   | 6.39                        | 3.69                     |
| Sports & Recreation                  | 1.77                     | 31.82                   | 10.53                       | 5.69                     |
| Travel                               | 1.63                     | 62.18                   | 10.03                       | 3.87                     |

Source: WordStream.com • Created with Datawrapper



# Aspectos que nos diferencian

## Search Advertising Benchmarks: Averages across all industries

6.11%

Click-through  
rate

\$4.22

Cost per  
click

7.04%

Conversion  
rate

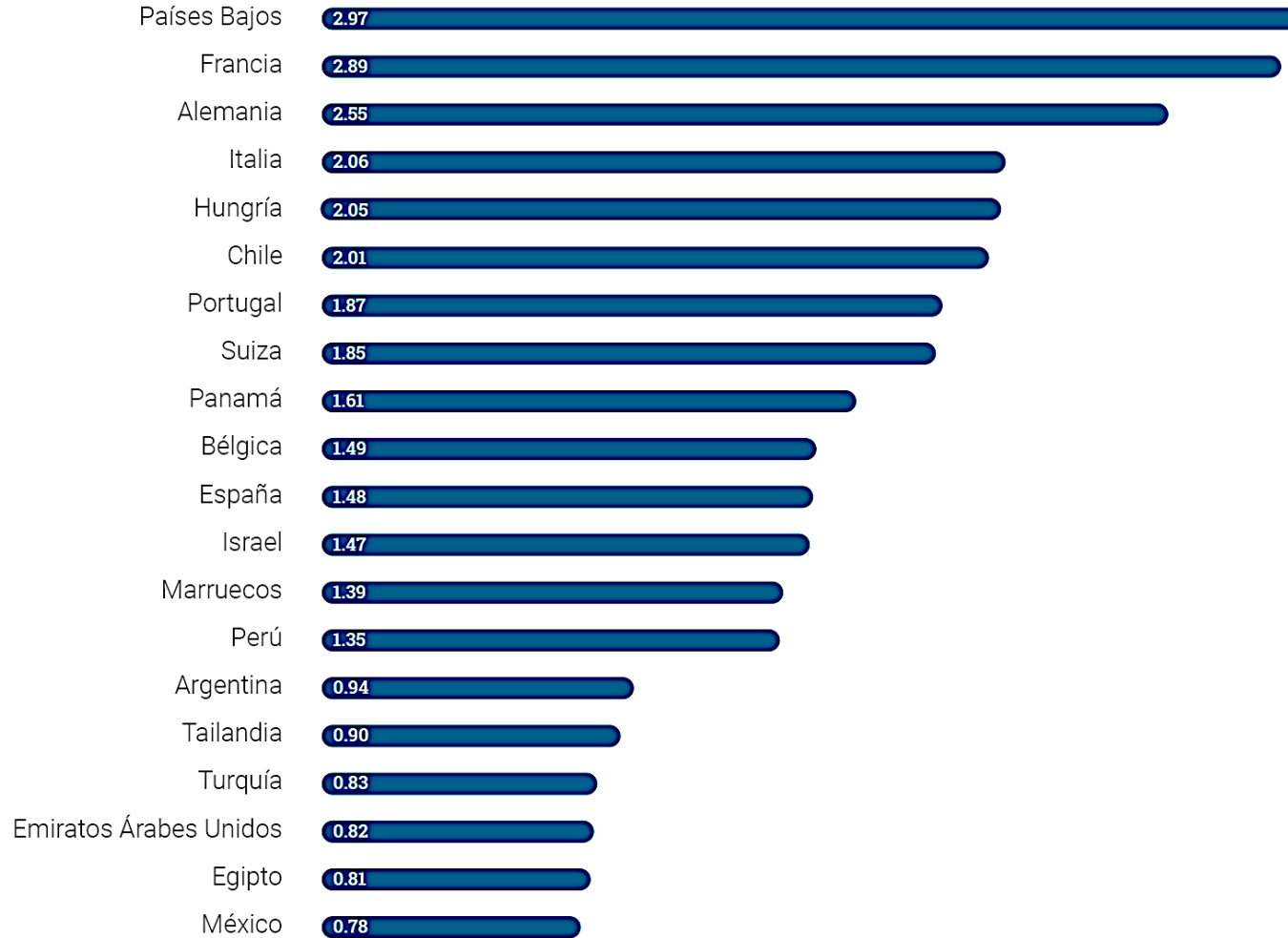
\$53.52

Cost per  
lead

 **WordStream**  
By LOCALIQ

# Aspectos que nos diferencian

## Tasa baja de CTR, incluso para el correo-e



# 03 Construir datos propios

Y competir mejor

# Impacto esperado en el negocio

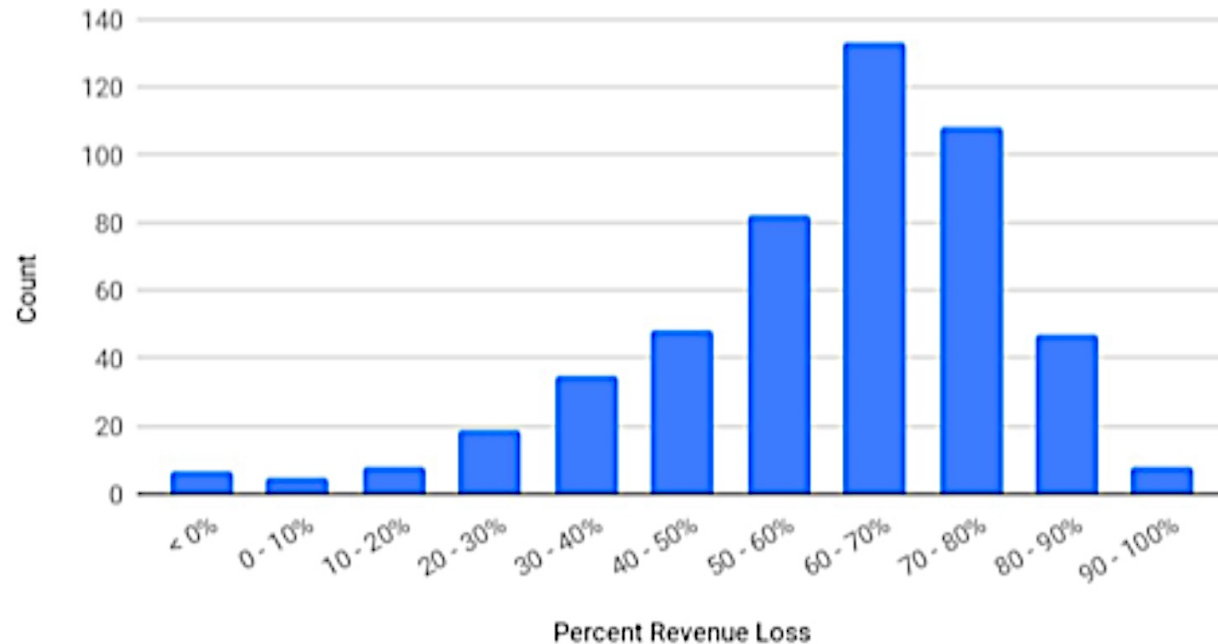
- Tráfico, conversión, ROAS...

Los datos en España son inexistentes, casi.

Los grandes, muy grandes, están trabajando en audiencias de primera parte.

El resto sigue confiando en.... ¿la providencia?

Revenue Loss Distribution (Top 500 publishers)



# ¿Qué se preguntan nuestros clientes?



## Grupo de formación online

¿Cómo puedo mejorar el CTA de los alumnos de Formación Profesional que se interesan por mis cursos? La competencia cada vez es mayor y está disparado...



## Ecommerce de moda

¿Conseguiré rebajar los carros abandonados en mi tienda? Tengo un claro problema de conversión final. Tengo mucho lead cautivo.



## Agencia de viajes online

¿Por qué los tiempos de decisión para contratar nuestros paquetes siguen sin acortarse cuando sigo invirtiendo mucho dinero en marca y lanzo buenas ofertas?



## Ecommerce de decoración

¿Cuáles son los canales más eficaces de captación que debo utilizar de acuerdo al comportamiento de mi cliente? No consigo establecer patrones claros que me ayuden a tomar decisiones.

# ¿Qué se preguntan nuestros clientes?

La conclusión a la que llegamos es “casi siempre” la misma.

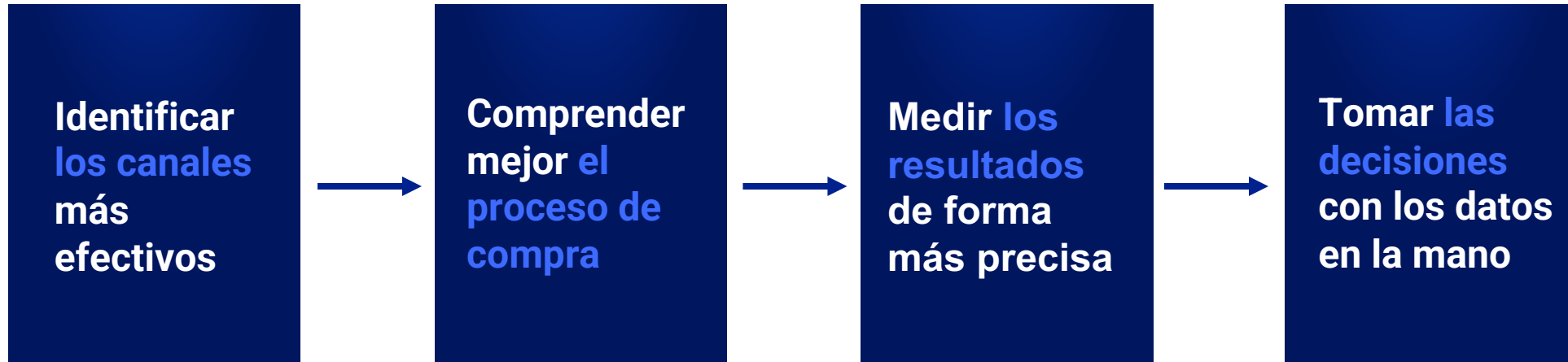
**“No están trabajando bien los datos que obtienen y no están manejando audiencias propias”.**

# Modelos de atribución

¿Por qué son tan importantes?

El 71 % de los marketers consideran que optimizar el recorrido de compra es prioritario y, sin embargo, no lo ponen en práctica:

Con los **modelos de atribución** logramos:



# Datos y resultados

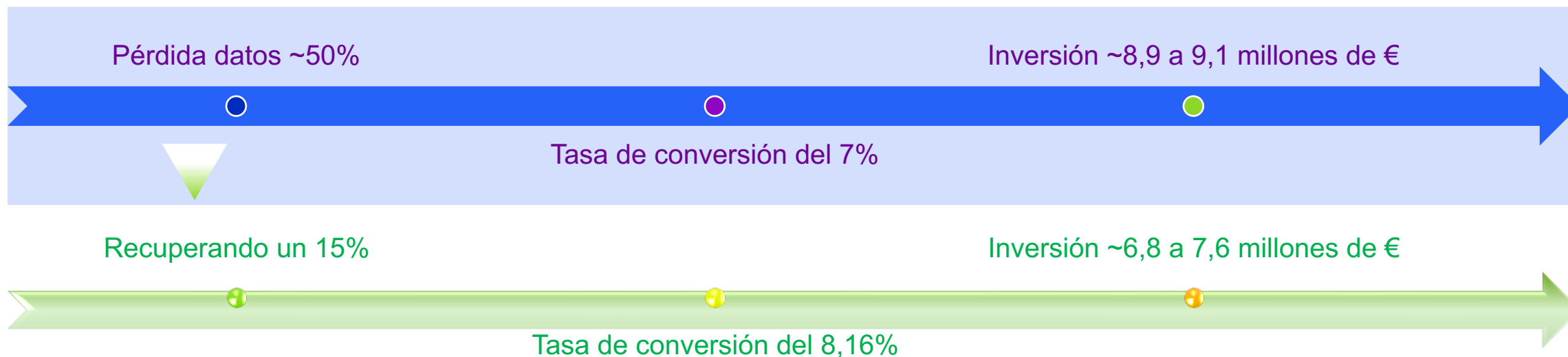
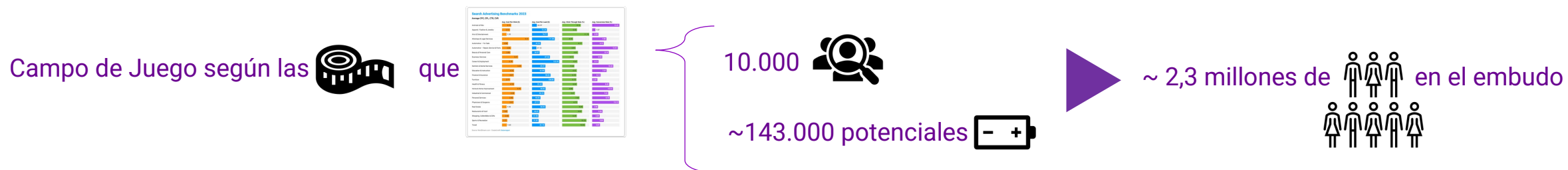
Eficiencia de campañas, ROI de atribución (CJ), Optimización Medios e Inventarios.





# Los números

La simulación corresponde a un patrón de cliente que debe convertir 10.000 nuevos clientes anuales.



**Ahorro: ~2,1 millones € o 3.000 clientes más**

# 05 Q&A

Any questions ?

**Thanks !**

