

---

# EL MUNDO DIGITAL EN EL CANAL TRADICIONAL.

Impacto de inversión online en ventas offline.



# METODOLOGÍA

Nielsen realizó un estudio de **Marketing Mix Model** para analizar la información de inversión en medios de publicidad y ventas de **Alquería** (Avena Alquería) durante dos años para poder atribuir la contribución y el retorno de inversión (ROI) de cada medio.

Los resultados muestran la importante contribución al **ROI** y el **volumen incremental de ventas** por parte de las plataformas de **Google**.



nielsen



# EL MEJOR DESEMPEÑO.

Google presentó el mejor desempeño de todos los vehículos online.

- Durante el primer año, la inversión en plataformas Google incluyó **YouTube**.
- Para el segundo año, Google presentó un **aumento en inversión del 76%**, y una diversificación que integró **Display** apoyado en una estrategia con **Blast**.
- Dicho aumento y diversificación se reflejó en un **incremento del 9% en ROI** para las plataformas de Google.

**\$2.01**

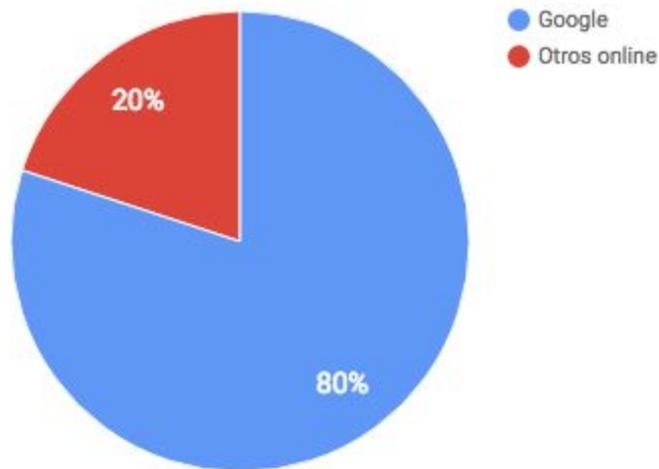
obtuvo Alquilería por cada peso invertido en Google.



# DESARROLLO DEL CANAL DE CADENAS DE SUPERMERCADO.

- Del total de la contribución de Online al volumen incremental, **Google aportó durante el segundo año el 80%.**
- Al tomar en cuenta toda la inversión en medios (offline y online), **Google contribuyó con el 24%** al volumen incremental, **cuatro veces más** que lo logrado por otros online.

Contribución de Online | Volumen Incremental



**Inversión digital = Ventas offline**

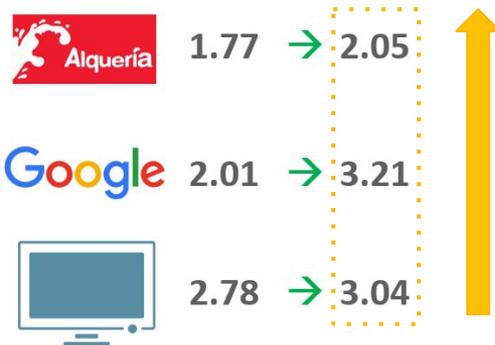
Google apoyó significativamente el crecimiento de los canales moderno y tradicional.



# OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO.

- Google impacta de manera efectiva el volumen incremental de la marca y podría ser aún más eficiente en la medida que su ejecución aumente.
- Al disminuir un 10% de la inversión en Televisión y transferirla a Google, las ventas pueden presentar un incremento del 4% y registrar un aumento del 16% en el ROI total de Alquería.

## ROI INICIAL VS. FINAL



**+4%**  
Ventas

**+16%**  
ROI Alquería



## HALLAZGOS

- Por cada peso invertido, Google registra un ROI de \$2.01. Presentando el mejor desempeño de todos los vehículos online.
- Display es la plataforma que presenta el ROI más alto (\$ 2.8) para Alquilería en medios online.
- Tomando en cuenta la inversión total en medios (online y offline), Google aportó el 24% al volumen incremental; cuatro veces más que lo logrado por otros online.
- Si disminuye un 10% la inversión a Televisión y se transfiere a Google, esto puede traducirse en un incremento del 4% en ventas y registrar un aumento del 16% en el ROI total de Alquilería



¡GRACIAS!