

## Nueva vídeo guía de Aedgency sobre cómo dar el salto a campañas basadas en conversiones

**2 de febrero de 2010** – Aedgency, especialista europeo en marketing basado en resultados, ha lanzado la última de su serie de vídeo guías para profesionales del marketing online. El director de Media Buy de Aedgency, Sven Hezel, indica cómo hacer la migración de campañas basadas en un modelo CPM (coste por miles) a un modelo de pago CPA (coste por acción realizada).

El vídeo ofrece a los profesionales del marketing consejos sencillos sobre cómo pueden beneficiarse del cambio al rentable modelo basado en ratios de conversión en campañas con objetivos muy específicos, como la descarga de un catálogo o la realización de una compra determinada. El ratio CPA se acuerda con el partner por anticipado, generando así un modelo de precios completamente transparente para los anunciantes, y haciendo posibles estimaciones muy precisas en tiempo real. Sven Hezel hace dos recomendaciones muy simples para que funcione un modelo CPA:

- 1) Los profesionales del marketing deben establecer un presupuesto y definir claramente los objetivos de sus campañas. Un presupuesto inicial de entre 1.500 y 3.000 euros es suficiente, y una vez que se alcancen los objetivos establecidos es sencillo evaluar el éxito y también decidir si continuar o actualizar la campaña.
- 2) La optimización es clave; los profesionales deberían revisar el rendimiento de sus campañas de forma continua y adaptarlas en caso necesario. Esto debería generar mejor targeting, pero también la prueba de nuevos banners, de nuevas landing pages y de nuevos emplazamientos. Si los productos y las ubicaciones no funcionan, deben suspenderse y comenzar a probar otros.

Sylvie Stankovic, directora de Advertising de Aedgency, comenta: “Siguiendo estos dos pasos es posible dirigir más tráfico hacia una web para aumentar el ratio de conversiones, y, por tanto, el ROI. Además, al adoptar un modelo CPA, los profesionales tendrán más tiempo para planificar sus siguientes campañas”.

Para más información sobre cómo cambiar a un modelo CPA, por favor, visite el canal de Aedgency en YouTube <http://www.youtube.com/aedgency>, donde encontrará el vídeo con subtítulos en cinco idiomas.

## Acerca de Aedgency

Aedgency, con sede en Barcelona, es una compañía europea especializada en marketing basado en resultados que ofrece canales de comunicación privilegiados entre marcas y e-consumidores.

Fundada en 2004, Aedgency ha experimentado un rápido crecimiento desde entonces y ya opera en cinco mercados europeos. Aedgency se centra en aumentar los ratios de conversión de los anunciantes y monetiza sus redes publicitarias y las de editores web independientes.

Aedgency ofrece a las marcas acceso a millones de consumidores online en Europa. Su motor analítico a medida realiza una profunda segmentación contextual y por comportamientos para dirigirse más adecuadamente a los usuarios a través del canal de comunicación que tiene más posibilidades de generar un resultado.

Para obtener más detalles sobre la suite integrada de productos de Aedgency, por favor, visite [www.aedgency.com](http://www.aedgency.com)

### Para más información de prensa, puede contactar con:

Joana Martins / Javier Fraile  
AxiCom Cohn & Wolfe  
T: 91 661 17 37 / 91 490 27 11  
M: 671 637 796 / 617 49 96 35  
E: [joana.martins@axicom.es](mailto:joana.martins@axicom.es) / [javier.fraile@axicom.es](mailto:javier.fraile@axicom.es)