



## ZonaJobs

Construyendo campañas con Alcance y Precisión utilizando AdWords de Google.



---

**“Google es nuestra primera opción a la hora de pensar en crecer, explorar mercados o ganar posicionamiento. Siempre empezamos por Google AdWords”.**  
*Fernando Salvarezza,  
Director de Marketing*

---

ZonaJobs es uno de los sitios líderes en ofertas de empleo y oportunidades de trabajo para postulantes. Brinda soluciones para que las empresas puedan llevar adelante el proceso de reclutamiento y selección de personal de manera fácil, rápida y eficiente. Forma parte del Grupo LA NACION (Argentina) y cuenta con operaciones en Argentina, Colombia, Chile y México.

Desde la Gerencia de Marketing, buscan mejorar el posicionamiento de ZonaJobs en cada país donde tienen presencia y cuentan con Google AdWords como la plataforma clave para su estrategia de crecimiento. Es por eso que aseguran **“Google es nuestra primera opción a la hora de pensar en crecer, explorar mercados o ganar posicionamiento. Siempre empezamos por Google AdWords”**, asegura **Fernando Salvarezza**, **Gerente de Marketing para Latinoamérica de ZonaJobs**

### El desafío

La búsqueda permanente de ZonaJobs es construir una base cada vez más sólida de curriculums de postulantes, para permitirles acceder a nuevas oportunidades y ofreciendo a sus clientes, un mejor servicio en sus búsquedas laborales.

La prioridad en las campañas ha sido mantener el volumen de visitas calificadas al sitio, bajando el Costo de Adquisición (CPA) e incrementando el nivel de Curriculums de nuevos postulantes.

### El desarrollo (Como llegar a su público y encontrar al que pronto lo será)

El primer paso de ZonaJobs, entendiendo que Google representaba un canal natural para la búsqueda de empleo, fue desarrollar campañas en el buscador, y su foco fue obtener el mayor beneficio posible. Así llegó a multiplicar 10 veces su inversión en 18 meses. A partir de esa base, su objetivo fue llegar a los potenciales candidatos para las empresas que buscaban personal, pero estos no estaban en su base de curriculums. En ese momento, encontraron la respuesta en la red de contenido de Google, a través de campañas de Site Targeting, participando de espacios de interés para su audiencia clave.

“Site Targeting nos permite descubrir y llegar a sitios específicos, y la red de contenido de Google nos da la posibilidad de trabajar por publicidad contextual, mostrando nuestros avisos a los usuarios que están interactuando con temas de interés para nuestros clientes, por el tipo de búsqueda laboral que están realizando”, explica Fernando Salvarezza.

Una de las principales ventajas que ZonaJobs encontró en la red de sitios asociados a Google, es la capacidad de mostrar anuncios con imágenes o video, además de texto, con un mayor despliegue de comunicación visual. Este fue un espacio muy importante para desarrollar nuevos negocios y también para explorar nuevos formatos. Les permitió crear campañas de cobranding con empresas líderes en toda la región, para reclutamiento de personal e incluso para la formación de jóvenes profesionales.

---

**“Las herramientas de Google nos permiten tener absoluto control y flexibilidad para operar, y nos dan la capacidad de centralizar la información y el análisis cuando lo requerimos.”**

---

---

“Llegar a hablar de Costo de Adquisición (CPA) nos coloca en un nivel superior a la hora de pensar en objetivos. Es tal la efectividad de las campañas, que junto a Google hemos podido definir cuales son las metas que tenemos que alcanzar y medir su cumplimiento”.

---

### Profundizando la experiencia

Un paso cualitativo fue la incorporación del Optimizador de Conversiones, una funcionalidad diseñada para mejorar la relación entre la inversión realizada y las conversiones, a partir de la definición de las metas a alcanzar y la medición de su cumplimiento.

En este caso, donde el objetivo definido era incorporar curriculums de nuevos postulantes y el cliente estaba dispuesto a pagar una suma determinada por cada adquisición, el Optimizador contribuyó a mejorar la relación costo/beneficio del anunciante, incorporando el concepto de Costo de Adquisición o Costo por Acción, en lugar de costo por clic.

Además desde los aspectos cuali y cuantitativos, la campaña permitió ampliar el número de personas a los que le llegaban los anuncios (reach) y a la vez generar resultados positivos en el target apropiado, alcanzando cada vez mejores resultados.

Sobre su experiencia, desde ZonaJobs explican, “Una vez que alcanzamos un nivel de madurez en el uso de las herramientas y sus indicadores, el Optimizador de Conversiones nos permitió centralizar información y apreciar los resultados en forma más precisa. Gracias a eso, logramos automatizar determinados procesos y para poder concentrarnos en producir más ideas para crecer, evitando tareas rutinarias y a su vez brindar mas y mejores servicios a nuestros clientes”.

En resumen, el Fernando Zalvarezza asegura **“Llegar a hablar de Costo de Adquisición (CPA) nos coloca en un nivel superior a la hora de pensar en objetivos. Es tal la efectividad de las campañas, que junto a Google hemos podido definir cuales son las metas que tenemos que alcanzar y medir su cumplimiento”.**

### Logros alcanzados

- Han logrado un crecimiento sostenido en la incorporación de curriculums de candidatos a ofertas laborales gracias a sus campañas en Search combinadas con la Red de Contenido, brindando un mejor servicio a sus clientes.
- **Incrementaron 10 veces la inversión de las campañas en 18 meses, reduciendo el 10% del CPA (Costo por Acción), sin disminuir el volumen de tráfico calificado al sitio.**
- Mejoraron los procesos para crear campañas cada vez más efectivas, utilizando las funcionalidades de Google Adwords (Optimizador de Conversiones, Site Targeting, Analytics, Herramienta para el desarrollo de Palabra Clave, Informes de rendimiento por ubicación y Search Query Reports entre otras), que le han brindado mayor flexibilidad, acceso a la información y el total control de su inversión.

---

#### ZonaJobs utilizó

- Google Adwords (Campañas de búsqueda y Red de Contenido)
  - Google Insights
  - Google Analytics
  - Google Conversion Optimizer
- 

---

**Al combinar las campañas en Search, donde los postulantes son los que buscan oportunidades, con la Red de Contenido, ZonaJobs incorporó una forma efectiva de encontrar en la web a nuevos candidatos para sus búsquedas, a través de sitios de interés por grupos de afinidad.**

---

