

Con AdWords de Google, Volaris obtiene el 900% de retorno de inversión



“Estar en Google ha sido muy productivo no sólo desde el punto de vista del posicionamiento de la marca, sino por las ventas generadas gracias al tráfico que nos ha generado su buscador”.

José Calderoni,
Gerente de Mercadotecnia.



RESULTADOS

“En tan sólo un año de operaciones y de campaña en Google AdWords, el número de clics en volaris.com.mx se ha incrementado en un 91%”

Roberto Deandar,
Gerente de Sistemas.

En 2003, la compañía mexicana Protego Asesores, a través de su fondo de inversión Discovery Americas I (DAI), se unió a TACA, una aerolínea con 75 años de experiencia en el mercado Latinoamericano, Grupo Televisa e Inbursa (parte de Grupo Carso). Juntos decidieron lanzar una línea aérea de alta eficiencia que más adelante se convirtiera en la mejor de México.

Con más de 800 empleados distribuidos en todas sus estaciones, Volaris ofrece a sus clientes servicios completamente distintos a los de las aerolíneas tradicionales. Propone la utilización del Aeropuerto de Toluca y así evitar los problemas de tráfico como los del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México. Igualmente ofrece sus dos terminales Santa Fe, en la ciudad de México y en el centro de San Diego, CA. Aquí el cliente puede registrarse, obtener su pase de abordar y tomar el transporte de Volaris que lo lleva directo al aeropuerto (de Toluca y Tijuana respectivamente).

Volaris ha transportado, en menos de un año, a más de 1 millón de clientes.

El reto

Desde su lanzamiento como marca en enero de 2006, Volaris entendió que la juventud de la empresa en un mercado tan competido requería de una sabia utilización del presupuesto; tanto para generar visitas en su página Web como para darse a conocer entre el público mexicano. Por este motivo, las estrategias de marketing no sólo fueron distribuidas a través de medios tradicionales, sino también con una campaña integral de Internet a través de Google.

José Calderoni, Gerente de Mercadotecnia en Volaris afirmó que “Internet ha sido y sigue siendo el foco principal de nuestros esfuerzos para la venta, promoción y posicionamiento de nuestra marca. Más de la mitad de las ventas de la compañía son a través de ese canal lo cuál es un logro asombroso en México. Nuestro objetivo es continuar expandiendo nuestra estrategia en buscadores y portales a medida que abramos nuevas rutas en México”.

Resultados

A un año de su lanzamiento, Volaris logró su objetivo de dar a conocer sus servicios en el mercado mexicano, generar tráfico en volaris.com.mx e incrementar las ventas en línea a través de AdWords. “En tan sólo un año de operaciones y de campaña en Google AdWords, el número de clics en nuestra página ha incrementado en un 91% y tenemos más de 1 millón de visitas mensuales en nuestro sitio”, destacó Roberto Deandar, Gerente de Sistemas.

Una de las observaciones de la compañía es que, a pesar de que la publicidad a través de “banners” es una herramienta efectiva para promover y posicionar la marca, el uso de AdWords y marketing a través de buscadores es una solución muy eficiente que se ha traducido en ventas incrementales. “Más de la mitad de nuestras ventas totales fueron hechas en Internet y el 25% de ellas provinieron de nuestra estrategia con Google AdWords”.

Volaris se encuentra muy satisfecho con sus resultados y afirma que todas sus expectativas han sido rebasadas. “El porcentaje de ventas gracias al buscador de Google es muy alto y ha alcanzado retornos de inversión de 900%”. Para una compañía novel, Volaris ha logrado construir su negocio gracias a las soluciones publicitarias de Google AdWords.