



Traslochi-Online, nata da un settore tradizionalmente offline come quello dei Traslochi e che non conosce l'universo internet, scopre la potenza della geotargettizzazione di Google AdWords e sposta tutto il suo business online.



Chi sono

- www.traslochi-online.it

Obiettivi

- Espandere il business in maniera efficiente e rapida, tramite lo strumento Google AdWords.

Risultati

- 52 campagne di comunicazione, targettizzate su altrettante città italiane, hanno generato in questo anno quasi 7 milioni di annunci visualizzati, circa 40 mila accessi al sito internet e di circa 4500 richieste di servizio di trasloco.
-

L'azienda

Con alle spalle una forte esperienza nel settore dei Traslochi, Mirko gestisce l'azienda di famiglia: una azienda tradizionale, proprietaria di camion, attrezzature e magazzini. Nel 2003 inizia ad investire una parte del budget pubblicitario con Google AdWords: i contatti fioccano e nel giro di pochi anni l'azienda non riesce a far fronte alle richieste provenienti da tutta Italia.

Come capitalizzare questa opportunità di business? Nel 2010 Mirko vende l'azienda di famiglia e insieme all'amico Alberto Prendin dà vita a Traslochi-Online. Punto di riferimento in Italia per i servizi di trasloco, la Traslochi-Online (www.traslochi-online.it) diventa da questo momento una realtà importante nel mercato dei traslochi, interponendosi tra l'utente finale cui viene fornito gratuitamente ed immediatamente un preventivo di costo per il servizio richiesto e le aziende di trasloco collegate cui viene data la possibilità di ricevere le richieste di trasloco praticamente in tempo reale.

Sfida

“L'obiettivo fin dall'inizio per la mia azienda è stato quello di ricevere le richieste di trasloco in maniera efficiente e a basso prezzo. Per questo ho pensato di provare con gli strumenti della pubblicità online.” dice Mirko Baraldo, fondatore e responsabile delle pianificazioni di Google AdWords in Traslochi-Online.

In quest'ottica di semplificazione del flusso lavorativo e di riduzione del costo di acquisizione, Mirko ha provato in passato anche altri servizi di pubblicità online, preferendo però successivamente Google AdWords per “la facilità di utilizzo, l'ergonomia e la completezza della piattaforma, nonché la possibilità di avere lo spending sotto controllo 24 ore su 24”.

Nell'evoluzione aziendale che ha portato alla nascita di Traslochi-Online, Google AdWords ha avuto una parte rilevante. “Le campagne di ricerca generavano così tante richieste di traslochi, che non riuscivamo a gestirle. Dovevamo trovare un modo per sfruttare questa potenzialità.” Grazie alla dinamicità e all'automatizzazione del sito internet e ad una serie di campagne di ricerca targettizzate geograficamente si è arrivati a creare un collegamento tra gli utenti dei servizi di trasloco e le aziende locali di trasloco. Mirko ha creato 52 campagne pubblicitarie in altrettante città italiane, con annunci e parole chiave specifiche per ogni località, offrendo il servizio in modo capillare in tutta la penisola.

I risultati non si sono fatti attendere. “Google AdWords è vitale per il nostro business perchè ci consente un costo di acquisizione degli utenti molto più basso rispetto a qualunque altra forma pubblicitaria.” Grazie al supporto del team di Google e orgogliosi dei risultati raggiunti in Italia, nel mese di Aprile 2010 Mirko e Alberto hanno replicato le campagne di ricerca targettizzando anche la Francia, espandendo il business in maniera significativa. A novembre è stata poi la volta della Spagna.

“Guardando al futuro della nostra azienda non possiamo non tener d’occhio la concorrenza, perchè vogliamo essere e rimanere sempre all’avanguardia. Per fare questo cerchiamo di testare tutti gli strumenti di Google AdWords, non appena vengono resi pubblici”. Mirko e Alberto hanno infatti da poco attivato anche una campagna remarketing, per mostrare i propri annunci pubblicitari ad utenti che hanno in passato già visitato il sito di Traslochi-Online. “D’ora in poi gli utenti che abbandonano il nostro sito non andranno persi. Con questo strumento possiamo fare loro delle offerte personalizzate e riproporre loro i nostri servizi, sapendo che loro hanno già mostrato un interesse visitando il nostro sito.”

Una volta consolidato il business in Italia, Mirko e Alberto si sono dedicati all’espansione del business all’estero, puntando su Francia e Spagna. In questi paesi si è destinato un budget pari a quello speso giornalmente in Italia, raggiungendo risultati molto soddisfacenti, sia in termini di costo di acquisizione che di giro d’affari.

Risultati

Partiti con un piccolo budget ed un numero limitato di campagne pubblicitarie, il grosso successo per Traslochi-Online si può dire sia dovuto alla geolocalizzazione degli investimenti. Nel giro di qualche settimana Mirko e Alberto hanno creato 52 campagne di comunicazione e un centinaio di gruppi di annunci. Queste campagne, targettizzate sulle città italiane, hanno generato in questo anno quasi 7 milioni di annunci visualizzati, circa 40 mila accessi al sito internet e di circa 4500 richieste di servizio di trasloco.

“Google AdWords non solo ha portato traffico sul nostro sito internet, ma questi visitatori sono utenti qualificati ed interessati. Grazie a questo, pur investendo 5 volte tanto rispetto a quando abbiamo iniziato l’attività, il costo per la raccolta di un contatto si è mantenuto in linea con le nostre aspettative di business, e ciò ci ha consentito di crescere il nostro business.”

Mirko e Alberto hanno espanso anche il business in Francia e Spagna, ed ora pianificano di entrare anche nel settore dei trasporti in un terzo paese. “In Francia siamo partiti con molta prudenza, ma i risultati sono stati quasi migliori rispetto all’Italia.” In pochi mesi, le richieste di servizi di trasloco hanno quasi raggiunto le 1000 unità, con oltre 5 milioni di annunci visualizzati. “Le campagne di Google AdWords ci hanno permesso di aumentare il nostro fatturato di 4 volte. Siamo molto contenti e stiamo preparando l’attività di comunicazione in Australia, sempre chiaramente con il nostro partner strategico Google Adwords.”

