

Cómo Glovo consiguió aumentar las conversiones en un 237% y reducir los costes de conversión gracias a campañas UAC

Febrero 2018 | [Aplicaciones, Bienes de Consumo](#).

Glovo, una start up creada en Barcelona en 2015, dedicada a la compra, recogida y envío de pedidos en menos de una hora, quería mejorar la forma en el que el mundo compra y recibe sus pedidos. Con ayuda de Google y mediante una estrategia de campañas UAC (Campañas Universales de Aplicaciones), la compañía consiguió aumentar las conversiones y reducir los costes de conversión consiguiendo entrar en nuevos mercados.

Los objetivos:

El objetivo principal de Glovo era **captar la atención de los ciudadanos** de las principales áreas urbanas de los países más importantes y ganar poco a poco su confianza. Con el tiempo, **crecer mediante el aumento sostenible de pedidos por ciudad** y conseguir lanzar la compañía en nuevos mercados. Además, tenían el reto de **reducir los costes de conversión mediante la fidelización de clientes**, mejorando el servicio y reconociendo las necesidades de cada segmento geográfico.

El enfoque

Con el lanzamiento de Glovo en 2015 y tras la respuesta positiva de inversores y mercados, Glovo quería **seguir mejorando la manera en la que el mundo compra y recibe sus pedidos**. Con la ayuda de [Grow with Google](#) y el equipo de Apps, vieron la necesidad de adaptar el mensaje a las expectativas del usuario y presentaron una nueva propuesta de valor.

Trabajaron una doble estrategia de **campañas UAC** (Campañas Universales de Aplicaciones) con la descarga y la sostenibilidad de clientes, adaptando los KPI's de cada objetivo sin desatender la buena atención al cliente.

Además, con los datos obtenidos durante la realización de la acción, la compañía realizó un **análisis adaptando las estrategias a la respuesta del cliente** y optimizando las campañas existentes para así asegurar un mejor ROI y una experiencia de usuario óptima.

Resultados

La doble estrategia de campañas UAC permitió a Glovo **augmentar las conversiones en un 237%** reduciendo, a su vez, el **coste de conversión en un 16%**, demostrando que con una estrategia adecuada y un enfoque correcto se puede conseguir crecer controlando los aumentos en CPA. Estos resultados han hecho que Glovo, de la mano de Google, se presente en más de 38 ciudades de nueve países. Un crecimiento controlado que sigue un ritmo constante de doble dígito.

"Cuando juntas un buen equipo, una buena idea y un slogan como: **Lo que quieras, cuando quieras, donde quieras**, recibes: incredulidad y atención"

Glovo

Conclusiones y próximos pasos

El trabajo en equipo de Glovo y Grow with Google han permitido conseguir un crecimiento sostenible que asegura el éxito en aperturas estratégicas además de la fidelización del usuario con un servicio controlado y de calidad.

Esto queda demostrado en las encuestas realizadas al público de Glovo en el que se deja constancia del buen servicio realizado por la compañía y en el que se ha logrado transmitir su propuesta de valor. No obstante, Glovo ha sido incluido en el Top 40 empresas que cambiarán el mundo según un informe de [Breakthrough Brand](#) que la consultora Interbrand lanzó junto con Ready Set Rocket y New York Stock Exchange (NYSE).

Cada día más cerca de conseguir cambiar la forma en la que el mundo compra y vende. Los equipos alineados esperan seguir profundizando, fidelizando y conociendo clientes en 2018.

¿Te ha gustado el artículo?

Puedes compartirlo en Twitter.