

## Westwing logra un crecimiento de ingresos con RTB House del 81% durante el Black Friday

+81%

Ingresos MoM

+70%

Ingresos año contra año

Westwing es una plataforma de referencia en hogar, decoración y estilo de vida, y su propósito es traer más belleza a la vida de sus consumidores. A través de tres canales principales, Clube, Now y Lojas, la marca realiza una curaduría inspiradora de productos de nombres reconocidos en el mercado, como Le Creuset, Kitchenaid, Luiza Perea, además de su propia marca, Westwing Collection. En 2011, la empresa ingresó al mercado brasileño como subsidiaria del grupo alemán Westwing. El fondo de capital privado Axxon Group lo adquirió en 2018 y la marca ahora opera de forma independiente. Westwing ha estado trabajando con RTB House desde 2020 para implementar campañas de retargeting basadas en Deep Learning.

*La asociación con RTB House fue crucial para aumentar la escala de las campañas de retargeting en WestwingClube y WestwingNow. Además, observamos que nuestra asignación presupuestaria fue aún más efectiva con ellos, ya que se reflejó en un crecimiento de los ingresos y un ROI interanual estable, incluso durante el Black Friday, el período más desafiante y competitivo para nosotros en Brasil.*

Samantha Araujo  
Head de Growth en Westwing

### EL RETO

El Black Friday es el período de mayor actividad para el comercio minorista en Brasil y un foco importante para las marcas de Hogar y Decoración. Sin embargo, en 2022 coincidió con el primer fin de semana de la Copa del Mundo, lo que significa que cualquier promoción tendría que competir por la atención del país. RTB House tenía que aportar una mayor escala e ingresos a los dos sitios web de Westwing y, al mismo tiempo, mantener sus objetivos de ROI, todo en un sector minorista altamente competitivo y de ritmo acelerado.



## LA SOLUCIÓN

RTB House y Westwing trabajaron en estrecha colaboración para desarrollar la mejor estrategia de medios con el fin de cumplir con los objetivos de las campañas. Para anticiparse al Black Friday, los account managers dividieron los productos de Westwing en categorías y períodos promocionales y crearon banners dedicados muy atractivos para las campañas de retargeting. Esta estrategia ayudó a impulsar las ventas incrementales a lo largo del mes.

Gracias a su tecnología impulsada por Deep Learning, RTB House maximizó las conversiones, entregando anuncios personalizados y dirigidos mostrando recomendaciones de productos a los clientes listos para comprar.



## LOS RESULTADOS

A pesar de la apertura de la Copa Mundial y una caída interanual del 1% en las ventas de comercio electrónico del mes del Black Friday en Brasil\*, las campañas de Westwing con RTB House superaron los objetivos establecidos por la empresa. Obtuvieron un aumento del **81 % en los ingresos** de octubre a noviembre de 2022, manteniendo un ROI estable. En comparación con noviembre anterior, las campañas lograron un aumento del **70% en los ingresos**.

Las campañas publicitarias impulsadas por Deep Learning pueden servir mejor las creatividades publicitarias relevantes a los usuarios y predecir la intención del comprador. Este mejor uso de los recursos de la campaña generó resultados mucho más contundentes para Westwing durante el Black Friday.

\*Noviembre 2021 x 2022, según Nielsen Webshoppers Ed.46

## RTB HOUSE =

RTB House es una empresa global que provee tecnologías de marketing de punta para las principales marcas y agencias del mundo. Su mecanismo patentado de compra de anuncios es el primero en el mundo en estar completamente impulsado por algoritmos de Deep Learning, lo que permite a los anunciantes lograr excelentes resultados y alcanzar sus objetivos en todas las etapas del embudo de compras. Fundada en 2012, el equipo de RTB House está compuesto por más de 1000 especialistas en más de 85 países en todo el mundo. La empresa sirve más de 3000 campañas para clientes en las regiones de EMEA, APAC y Américas. El 2018, después de implementar con éxito el deep learning en el 100% de sus algoritmos, RTB House continuó su investigación en el campo de la Inteligencia Artificial. 'AI Marketing Lab' y 'Creative Lab' se crearon como nuevas divisiones de la empresa con un enfoque en la creación y desarrollo de productos MarTech. La oferta de productos impulsados por IA de la compañía incluye soluciones para retargeting y campañas de branding con anuncios de video ultra efectivos.

Obtén más información en [www.rtbhouse.com](http://www.rtbhouse.com)

©RTB House, All rights reserved.