15/07/2025

Reunión cierre PADS

Desde marzo 2023 se lleva registro del rendimiento de PADS. Antes de eso había una campaña en Rds1. En esta época, como no había mucha competencia, los ACOS bajaban significativamente. Para inversiones de 6 millones se hacían 80-90 millones en ingresos. Incluso llegando a 150 millones de ingresos con este tipo de inversiones. La realidad ahora es distinta, pero este caso positivo se daba incluso hasta enero de este año.

En abril 2025 se empezó a invertir en Brand Ads.

ACOS objetivo RDS es 10%, Meli insiste en subirlo a 15% o incluso más.

Estrategia: productos que más se venden deben tener mayor inversión en PADS, mientras que los que venden menos deberían tener una menor inversión o no tener.

Mayo 2025 fue un mal mes, y se reflejó también en PADS.

Tenemos que saber la cantidad de publicaciones que se encuentran en PADS, incluir en el reporte de cierre de PADS.

¿Será mejor incluir nuevas publicaciones a las campañas (mismo dinero), o mejor mantener los productos? Hay que entrar al detalle.

Objetivo no es ahorrar dinero, sino que gastarlo bien.

Meterle mirada financiera a PADS. Ejemplo, en Neumasol se están invirtiendo más de lo que se margina en la cuenta.

Sería útil tener menos reuniones con los KAM PADS, pueden estar cobrando adicional y no es tan productivo. 1 vez al mes para hacer revisiones y preguntas sería ideal. Verificar si se sigue haciendo el cobro de estas reuniones.

ACOS general debe ser un promedio ponderado de acuerdo con la inversión. De todas formas, hay que ir viendo cuentas individualmente.

Unión entre margen, venta e inversión, para poder implementar inteligencia.

En reporte cierre PADS:

* Impresiones: la cantidad de ventas que aparecemos. No nos cobran por aparecer, sino que por click.

Nubimetrics puede ayudar con las palabras más buscadas a hacer campañas de Brand Ads con palabras acertadas.

Podríamos aumentar el costo por click de Brand Ads, no estamos apareciendo para casi ninguna búsqueda.

Tarea: recuperar los ACOS. Meterse al detalle. ACOS determina eficiencia de la inversión (menor ACOS, más eficiencia). Recuperar los números de inicio de año.

Se define lo siguiente para hacer hoy:

* Hacer estudio de palabras más usadas, para mejorar campaña Brand Ads.
  + Aumentar a $150 el costo por click en Neumasol.
* PADS Indusol: dejar solo publicaciones con buen ACOS, y sacar lo demás. Incluir Gabtec, Automarco y Autotec.
* Sacar todas las publicaciones XX, al igual que productos de ticket muy bajo ($20.000 para abajo) en todas las cuentas.
* Neumasol PADS: dejar solo Nexen.
* Redistribuir esta plata que dejamos de invertir en otras cuentas según sugerencias de MELI.
* RDS3, Reicars, Bicisol: cuentas que de ahora en adelante se encarga Martín.
* Intentar no mover cambios en 15 días.
* En reporte de cierre de PADS, hacer promedio ponderado a partir de la inversión para determinar el ACOS global.
* Nueva reunión en 15 días para evaluar rendimiento de medidas.