

CASE STUDY



# Sun approach

**“Más del 50% de las ventas de Sun Approach han tenido como origen las campañas de e-marketing, habiéndose convertido en menos de dos años en referente en España de las ventas de producto inmobiliario turístico de lujo en Portugal”**

Fernando Flores

Director General de Sun Approach

## La Compañía

## El enfoque de T2O

## Resultados

Sun Approach es una consultora inmobiliaria española dedicada a la comercialización de vivienda turística y segunda residencia. Durante el último año el volumen de negocio de Sun Approach ha sido superior a los 36 millones de €.

### Productos:

- Adosados
- Apartamentos
- Chalets-Villas

### Mercados:

- España
- Portugal
- Brasil
- Bulgaria

Además, comercializa en exclusiva para España las promociones portuguesas Bom Sucesso, Herdade dos Saldagos, Troia Resort y la caboverdiana Ponta Bicuda.

### Objetivos de la Campaña de Sun Approach:

- Incrementar el tráfico cualificado a la Web
- Potenciar y aumentar el volumen de los formularios online
- Mejorar su base de datos de potenciales
- Incrementar ventas

## La Compañía

## El enfoque de T2O

## Resultados

**T2O media** ha desarrollado una estrategia competitiva para fomentar la demanda global descubriendo nuevos potenciales a través de Internet.

**La Campaña de T2O media:**


- **Proporcionar presencia** en los principales buscadores como **Google y Yahoo!** desarrollando:
  - Un estudio exhaustivo keywords con sus correspondientes concatenaciones, así como la utilización de diferentes concordancias para aportar mayor precisión a las palabras clave relacionadas.
  - Creatividades adaptadas y asociadas a cada uno de los grupos de la campaña de enlaces patrocinados.
  - Un procedimiento de monitorización y optimización contaste para obtener la mejor calidad de contactos al menor coste posible.
  
- **Atraer tráfico cualificado y altamente segmentado** a través del desarrollo de una campaña de **marketing contextual**, en el que se publiquen los anuncios según el contenido editorial que esté leyendo el potencial cliente.

La Compañía

El enfoque de T2O

Resultados

Durante el periodo del año pasado, **T2O media** consiguió los siguientes resultados:

- Generación de formularios durante el último año  101 leads
- Aumento del 1,5% del CTR (ClicThroughRate) en comparación con la media del sector inmobiliario.
- CPC (Coste por Clic) un 0.8% inferior a la media del sector.
- La Tasa de conversión ha superado en muchos casos un 10%.