IMPULSA GROW
GROWTH & AI CONSULTING

ECOMMERCE / SOCIAL ADS

Retail

De comunidad a canal de ventas.

60 €

ventas por euro invertido en España, en el mes fuerte

CASO DE ÉXITO / IMPULSA ORBIT

EDICIÓN IMPULSA GROW · NOVIEMBRE 2026

EL IMPACTO, EN DATOS

Resultados destacados

60 €

ventas por euro invertido en España, en el mes fuerte

75 €

retorno por euro invertido en Portugal, en el mejor mes

10 €

retorno por euro invertido en España, primeros meses

Las cifras y las descripciones de las empresas corresponden al período histórico del estudio. Las proyecciones se identifican como estimaciones. Las referencias al equipo describen la ejecución de ese proyecto.

01 / Introducción

El cliente protagonista de este caso de éxito es un eCommerce de calzado infantil que hasta el momento solamente había usado las redes sociales como canal de comunicación con su amplia comunidad de clientes y fans. El reto era demostrarle que Facebook e Instagram, a través de la plataforma de anuncios para estos canales, Facebook Ads, podían convertirse también un importante canal de ventas, como se había demostrado con otros clientes similares.

02 / Empresa

La empresa era una marca española de calzado infantil que nació en 2013 con el objetivo de fabricar zapatos infantiles de calidad y con buenos precios. Comenzaron apostando por un eCommerce y pocos años después se había convertido en una de las marcas de referencia en España, con más de veinte tiendas y una importante presencia internacional en mercados como Portugal, Francia, Reino Unido, Italia o China.



Calzado infantil · Imagen de producto del caso.

03 / Situación inicial

Hasta que se comenzó a trabajar en este proyecto, la marca solamente realizaba acciones de comunicación y búsqueda de interacciones en redes sociales. Su estrategia de captación se centraba en SEM y veían las redes sociales como una herramienta de fidelización con su gran comunidad de fans y clientes.

04 / Objetivos

La experiencia previa del equipo con otras marcas de eCommerce ya había demostrado la eficacia de este canal como generador de ventas. Se buscó replicar el éxito en esta marca, y para ello se plantearon los siguientes objetivos:

1. Demostrar la eficacia de los canales Facebook e Instagram a la hora de generar ventas
2. Mejorar el impacto de las publicaciones y promociones a través de la microsegmentación y los mensajes personalizados
3. Optimizar las estrategias de retargeting
4. Aumentar la recurrencia de compra de los compradores del cliente
5. Incrementar el número de clientes en otros mercados, como el portugués

05 / Tareas de optimización

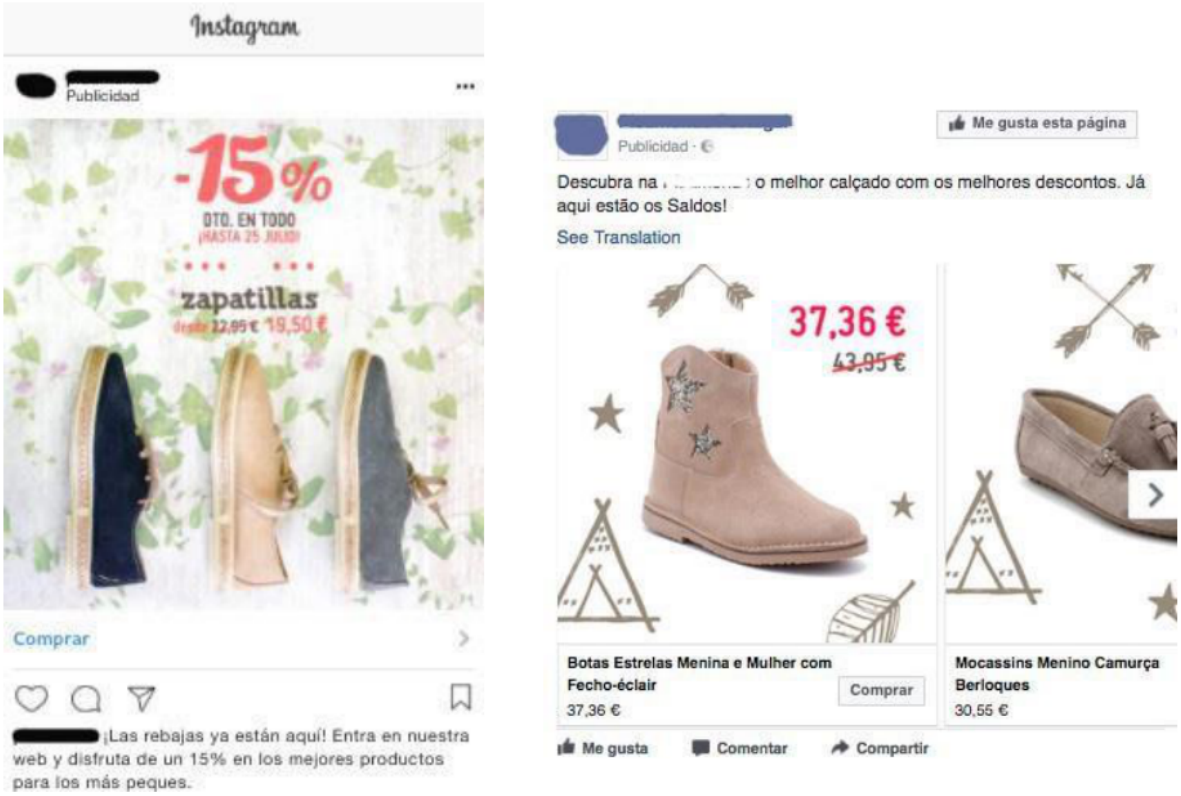
La empresa contaba con una gran reputación de marca y por ello al equipo le parecía clave en la estrategia de las campañas una correcta optimización de su base de datos que permitiera al equipo incrementar la recurrencia de compra.

Cruzando la base de datos del cliente se pudo establecer diferentes microsegmentaciones en Facebook Ads por características demográficas y mostrar los productos más afines a cada target. Si un usuario había comprado unos zapatos cuando su hijo era un bebé, se le podía mostrar un catálogo de productos adaptado a la edad actual de su hijo de forma natural sin necesidad de usar otro tipo de publicidad más agresiva. La gran ventaja de usar una base de datos en Facebook Ads es que permite al equipo también crear audiencias similares o “Lookalikes” para ampliar el volumen de audiencia al que se dirige la campaña.

Esta estrategia de optimización de la base de datos la trasladamos también a una estrategia de retargeting inteligente. En lugar de impactar a todo el mundo que visitaba la web con la misma creatividad, se establecieron diferentes listas de retargeting en función de los productos consultados, el tiempo de permanencia en la web o el punto del proceso de compra donde hubiera abandonado. Y a cada una de las mismas se les podía impactar con un mensaje personalizado.

Para ello se utilizaron todas las posibilidades creativas que ofrecen las redes sociales de Facebook e Instagram a nivel de formatos. Desde los habituales Page Post Link a formatos más orientados a eCommerce como los carruseles multiproducto, las colecciones o los catálogos dinámicos.

Estos son ejemplos de publicaciones creadas para apoyar la estrategia de redes sociales de este ecommerce de retail.



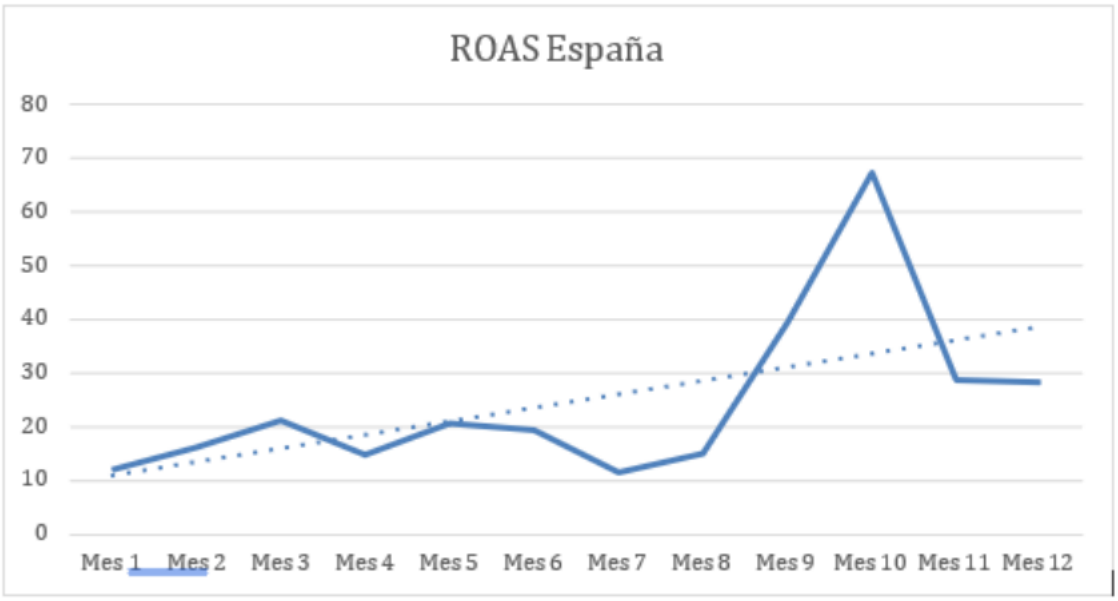
Ejemplos de publicaciones de Facebook e Instagram.

06 / Resultados

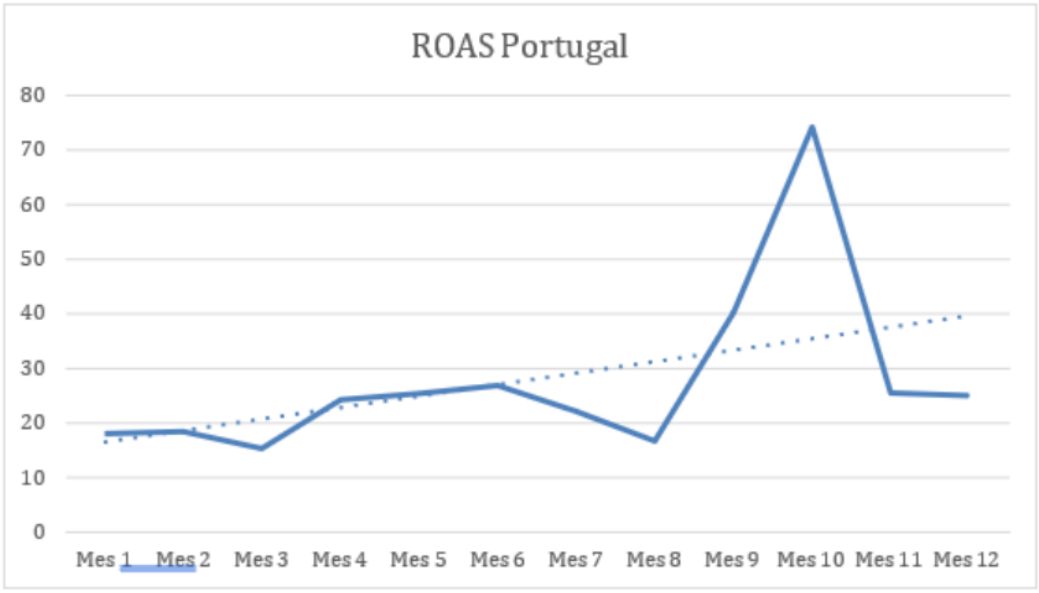
Con una marca reconocida y un producto de calidad el equipo no tenía dudas sobre los resultados de las campañas y así se demostró desde el primer mes, consiguiendo unos espectaculares datos de CPA y retorno de la inversión, tanto en España como en Portugal.

España: A lo largo del año, los datos fueron mejorando de un ROA de 10 euros en los primeros meses hasta un record de 60 euros en ventas por cada euro invertido en el mes fuerte de la campaña.

Portugal: Los datos en Portugal fueron incluso mejores, consiguiendo en el mejor mes un retorno de la inversión de 75 euros por cada euro invertido y convirtiendo a Facebook en la principal fuente de tráfico y ventas en este país.



España · Evolución del retorno publicitario.



Portugal · Evolución del retorno publicitario.

07 / Conclusiones

Las campañas con este cliente sirvieron al equipo para demostrar una vez más el potencial que tanto Facebook como Instagram tienen para convertirse en un canal imprescindible en la estrategia de captación de cualquier ecommerce. Siempre teniendo en cuenta el arduo proceso de optimización y personalización necesario durante la gestión de las campañas, el verdadero responsable de los resultados para cualquier campaña en redes sociales. Las campañas de Facebook Ads para promocionarse en Facebook e Instagram permite al equipon por un lado incrementar la recurrencia de compra de la cartera de clientes, mostrándoles productos que pueden interesarles en sus diferentes momentos de vida, y por el otro mostrar el producto a una audiencia nueva de potenciales clientes mediante estrategias de microsegmentación y creación de audiencias similares o “Lookalikes”.



Imagen de producto incluida en el estudio.

IMPULSA GROW
GROWTH & AI CONSULTING

TU SIGUIENTE PASO

Hagamos crecer tu próxima historia.

Cada negocio tiene un punto de partida distinto. Hablemos de tus objetivos y del papel que pueden tener los medios, los datos y la tecnología para alcanzarlos.

CONTACTO

hola@impulsagrow.com

WEB

impulsagrow.com

UBICACIÓN

Barcelona, España

IMPULSA ORBIT / IMPULSA OPEN / IMPULSA SMART