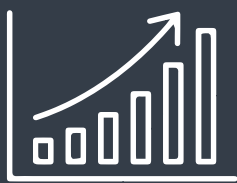


El desafío

El contexto en el que se encontraba el equipo de Jumbo estaba influenciado por dos factores, por un lado la falta de priorización en las implementaciones SEO y por el otro diferentes cambios en la estructura del equipo que demoraban aún más estas acciones.

A esto se sumó la cuarentena obligatoria, que generó que Jumbo deba comenzar a trabajar con más presencia su estrategia SEO, ya que las ventas por medio de la plataforma online comenzaron a incrementarse.

El objetivo



El objetivo era **incrementar un 40% las transacciones** de Enero a Agosto.

La solución

Para poder alcanzar el objetivo que se había fijado, y teniendo en cuenta el incremento de ventas como consecuencia de la cuarentena, se generó una estrategia que tuvo dos focos principales.

Por un lado se trabajó en la optimización SEO de las categorías principales que posicionan ante búsquedas generales de supermercado y super online.

En segundo lugar, se priorizó la implementación de acciones SEO en las categorías relacionadas a productos de limpieza, cuyas búsquedas habían incrementado en el último tiempo.

Continuando, a medida que fue transcurriendo la cuarentena, se trabajó sobre el potencial de jumbo en rubros como electro y gaming.

El resultado



En 6 meses, las ventas crecieron superando ampliamente el objetivo establecido, un

215%



La tasa de conversión de Jumbo, durante el periodo de Febrero a Agosto **creció un**

33%