



## Situación previa

A comienzos de Marzo 2020, se hizo presente un factor difícil de prevenir, la cuarentena ocasionada por la pandemia que afectó a todo el mundo.

Ante esta situación, las compras de Nespresso Chile comenzaron a centrarse únicamente de forma online, ya que todas las tiendas físicas debieron cerrar temporalmente.

Esto hizo que cobrara mayor relevancia la necesidad de accionar con implementaciones SEO que permitan darle mayor relevancia en los buscadores, y así conducir una mayor cantidad de tráfico al sitio de la marca.

## La solución

Uno de los obstáculos que presentó este contexto, fue la falta de stock, ya que la marca no estaba preparada para los niveles de venta que comenzaron a presentarse.

Frente a esto, el equipo de puntorojo, comenzó a trabajar en una estrategia que buscó optimizar todos los contenidos y landings de productos con los que Nespresso tenía el suficiente stock para comercializar, generando un incremento en el tráfico hacia las mismas.

## El resultado (febrero - agosto 2020)



En **6 meses** las ventas de Nespresso Chile **crecieron un**

**636%**



La **tasa de conversión** **creció** en 6 meses un

**178%**