

Siteimprove lanza dos nuevos productos para facilitar el día a día de los profesionales del marketing

Siteimprove, galardonada empresa de software como servicio que permite a los equipos de marketing gestionar y optimizar páginas web con facilidad, ha lanzado hoy dos nuevos productos: Siteimprove Ads y Siteimprove Performance

Siteimprove, galardonada empresa de software como servicio que permite a los equipos de marketing gestionar y optimizar páginas web con facilidad, ha lanzado hoy dos nuevos productos: Siteimprove Ads y Siteimprove Performance.

Estos dos nuevos productos, ofrecen a los profesionales tomar el control de su mar-tech stack y del retorno de la inversión (ROI) al simplificar el impenetrable campo de minas que es Google Ads y hacer que los datos de rendimiento de la página web sean comprensibles y procesables sin necesidad de tener un título en ingeniería informática.

A diferencia de los productos de la competencia, que inundan a los profesionales de marketing con más datos de los que tienen tiempo para trabajar, Siteimprove Ads y Siteimprove Performance proporcionan a los marketeros la información más importante de la forma más sencilla posible.

El CEO de Siteimprove, Morten Ebbesen, cree que esta es la razón por la que Siteimprove fue nombrada por G2 Crowd como una de las 25 mejores empresas de software. "Todas nuestras soluciones han sido desarrolladas para ayudar a los profesionales del marketing que no tienen mucho tiempo, que usan múltiples funciones y que trabajan bajo altísimas expectativas de gestión".

El paso al pago por clic y el rendimiento web fue un paso natural para la empresa, según el product director de Siteimprove Ads, Kristian Humle. "La investigación muestra que el 61% de la inversión en Google Ads se gasta en palabras clave que nunca se convierten, mientras que el 53% de los visitantes abandonan una página web si no se carga en tres segundos".

"Estas cifras nos indicaban que, a pesar de que muchas empresas ofrecían software muy avanzado, había una necesidad desesperada de una parte del sector para poder automatizar y simplificar el proceso de optimización de Google AdWords. Los visitantes de la web exigen experiencias online rápidas", continuó Humle.

Siteimprove Ads proporciona análisis, información y recomendaciones prioritarias a través de tres pilares únicos. Google Ads Quality Score, que influye significativamente en el coste de los anuncios, visualiza el posible ahorro de costes derivado de la aplicación de las mejoras recomendadas.

En segundo lugar, todas las páginas de destino de los anuncios se comprueban automáticamente para detectar más de 30 bloqueadores de conversión y se crea una lista priorizada basada en los niveles de gravedad para ayudar a los marketeros a reparar rápidamente los elementos que impiden que los visitantes se conviertan en clientes. Por último, el análisis del presupuesto divide el presupuesto de anuncios en gastos justificados e injustificados para ayudar a una mayor optimización.

Siteimprove Performance automatiza y visualiza la complejidad del rendimiento de la página web mostrando con exactitud a los profesionales del marketing cómo es la experiencia de los usuarios que visitan su sitio web. "Al comprobar la velocidad de su sitio, los marketeros o los desarrolladores web realizan las pruebas utilizando su propia ubicación como punto de partida", dijo Mikkel Landt, performance product director de Siteimprove.

Para obtener más información sobre Siteimprove Ads y Performance, visitar www.siteimprove.es

Datos de contacto:

Jessica O'Sullivan-Munck
Global Public Relations & Affairs Manager, Siteimprove
914873320

Nota de prensa publicada en: [Barcelona, España](#)

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce Software Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>