

DeskGod.es consigue un 75% de eficacia en las campañas de publicidad en Internet con su herramienta anti fraude

? Las campañas de pay-per-click son un problema para el presupuesto de marketing online cuando se da el caso de ataques, por ejemplo, por parte de las compañías competidoras, o simplemente cuando los clientes acceden repetidamente a través de anuncios

DeskGod.es, compañía especializada en soluciones de e-marketing que permiten desarrollar nuevos modelos de gestión de relación con los clientes, consigue, gracias a su aplicación antifraude, aumentar hasta un 75% la eficacia de las campañas de publicidad en Internet.

Más del 15% del presupuesto invertido en las campañas publicitarias de las webs procede de pago-por-clics fraudulentos. Este tipo de clicks tienen la finalidad de aumentar falsamente los beneficios de la página web en la que se publica el anuncio. En otras ocasiones, incluso se pueden observar ataques por parte de las compañías competidoras cuando producen un gasto elevado en la campaña a través de estos clicks, con lo que se consigue desvirtuar por completo el rendimiento de la campaña.

Según Stefanie Kraus, Business Development Manager de DeskGod.es: “Se trata de una herramienta que informa a los webmaster o gestores de la campaña acerca de los clics fraudulentos mediante un sistema avanzado de trazabilidad y reporting. La principal ventaja de esta aplicación se traduce en una recepción constante de clics legítimos que se traduce en leads y ventas”.

DeskGod.es registra si un visitante vuelve a acceder repetidamente a través de una campaña de pago. Si la persona de la misma IP vuelve varias veces a través de los vínculos de pago, la aplicación ejecuta un script y el internauta puede ver un mensaje personalizado de la empresa que le invita a añadir su página a sus favoritos. En la mayoría de las ocasiones, más que una persona, los que actúan son robots que visitan una y otra vez las páginas. Si se detectan estos accesos fraudulentos, hasta se puede llegar a impedir el acceso a una IP determinada.

“Una de las preocupaciones de nuestros clientes era aumentar la seguridad de su campaña on line, ya que los datos registrados sin la herramienta de fraude no correspondían a la realidad. Con el sistema de detección fraude por click, se ha solventado este problema y se ha conseguido rentabilizar las campañas y aumentar las ventas para las empresas anunciantes”, explica Kraus.
