

# Simorra impulsa sus ventas con estrategias avanzadas de IA y Smart Bidding 2.0



SIMORRA, nace en 1978 en Barcelona, fundada por Javier Simorra, quien heredó el oficio de su padre y creó una propuesta de moda elegante, cercana al prêt-à-porter y cuidada en cada detalle. En 2006, la familia Dimas adquiere la firma e impulsa una nueva etapa, poniendo el tejido en el centro del proceso creativo. Hoy, SIMORRA cuenta con más de 100 puntos de venta en España y el extranjero, y apuesta por el entorno digital para conectar con su audiencia.



**About Google Ads:** Google Ads is a digital advertising solution for businesses of all sizes. Whether you're a small business owner or enterprise marketer, Google Ads delivers reach, relevance, and trusted results to help you grow your business. Learn more at [ads.google.com/home](https://ads.google.com/home).  
© 2025 Google LLC. All rights reserved. Google and the Google logo are trademarks of Google LLC. All other company and product names may be trademarks of the respective companies with which they are associated.

## El reto

Simorra enfrentaba el desafío de **reducir el CPA** con una inversión incremental respeto al año anterior, mientras buscaba mejorar la rentabilidad y preservar la tasa de conversión. Se ha apostado por una nueva estrategia integral, enfocada en la automatización mediante **Smart Bidding 2.0**, con nuevas campañas que abarcan desde la atracción de nuevos clientes cualificados hasta la conversión final, lo que requería una **estructura sólida y automatizada** que pudiera maximizar el rendimiento a lo largo de todo el proceso de compra, sin comprometer su posicionamiento premium.

## El enfoque

Se implementó una estrategia integral utilizando campañas **Performance Max (PMax)**, estructuradas específicamente para aumentar el ticket medio de cliente, junto con una campaña de **Generación de Demanda** centrada en audiencias Lookalike. Esta estrategia tuvo como objetivo maximizar el TROAS y optimizar el rendimiento a lo largo del funnel de conversión. Desde la adquisición de nuevos clientes hasta la conversión en cliente final, se aprovechó la automatización avanzada y las capacidades de IA para mejorar la segmentación de audiencias y la asignación de presupuestos. El enfoque resultante permitió generar un flujo constante de tráfico cualificado, mejorando la eficiencia de la inversión publicitaria y logrando los objetivos de rentabilidad y escalabilidad.

## Los resultados

La implementación de una estrategia automatizada centrada en la maximización del valor de la conversión y una estructura de campañas adaptadas a las distintas fases del funnel permitió optimizar de forma significativa la adquisición de clientes. Esta estrategia mejoró la eficiencia de la inversión, **incrementando el ROAS** y generando un notable aumento en el tráfico web, al mismo tiempo que **reducía el CPC hasta un -45%**. Estos logros reflejan un claro crecimiento en la visibilidad de la marca y una maximización de la rentabilidad, consolidando a Simorra como líder en su sector durante un periodo clave.

“Con un enfoque basado en datos y campañas multicanal conectadas a lo largo de todo el funnel, hemos conseguido atraer tráfico más cualificado, mejorar la conversión y reforzar nuestro posicionamiento premium en el canal online dentro de un entorno cada vez más competitivo. Esta evolución nos permite seguir creciendo con rentabilidad y coherencia de marca.”

— Pilar Martínez, Head of Digital en Simorra.

“Gracias a su apertura a nuevas soluciones como la automatización y el marketing basado en IA, Simorra no solo fortaleció su presencia online, sino que también se posicionó como líder en su sector, destacándose por su visión estratégica y su capacidad para adaptarse al entorno digital sin comprometer su esencia de marca.”

— Gaia Gaudenzi, Account Manager en Adsmurai.

**-50%**

Reducción de CPA

**+87%**

Incremento de ROAS

**+155%**

Adquisición de tráfico

Google Ads