



LLEVANDO LA GEO EXPERIMENTACIÓN AL MARKETING

AGUSTIN CASTRO
Facebook, Marketing Science

NICOLAS CRUCES
Facebook, Marketing Science

FACEBOOK

¿Porqué correr estudios?

**Harvard
Business
Review**

Meta-análisis sobre
6777 empresas

Correr estudios llevó a
**mejoras de 2-3% en
performance, por
estudio.**

Negocios que eligen la estrategia
errada por no correr estudios
pueden
pagar más por sus avisos

En promedio, se pierde un
64% de mejora en iCPA

Cambios de ecosistema afectan a las herramientas y técnicas de medición

Los anunciantes se preparan para un futuro más consciente en materia de privacidad y deben anticiparse a las consecuencias que afectarán a sus métodos de medición actuales.





1988

California Tobacco
Control Program



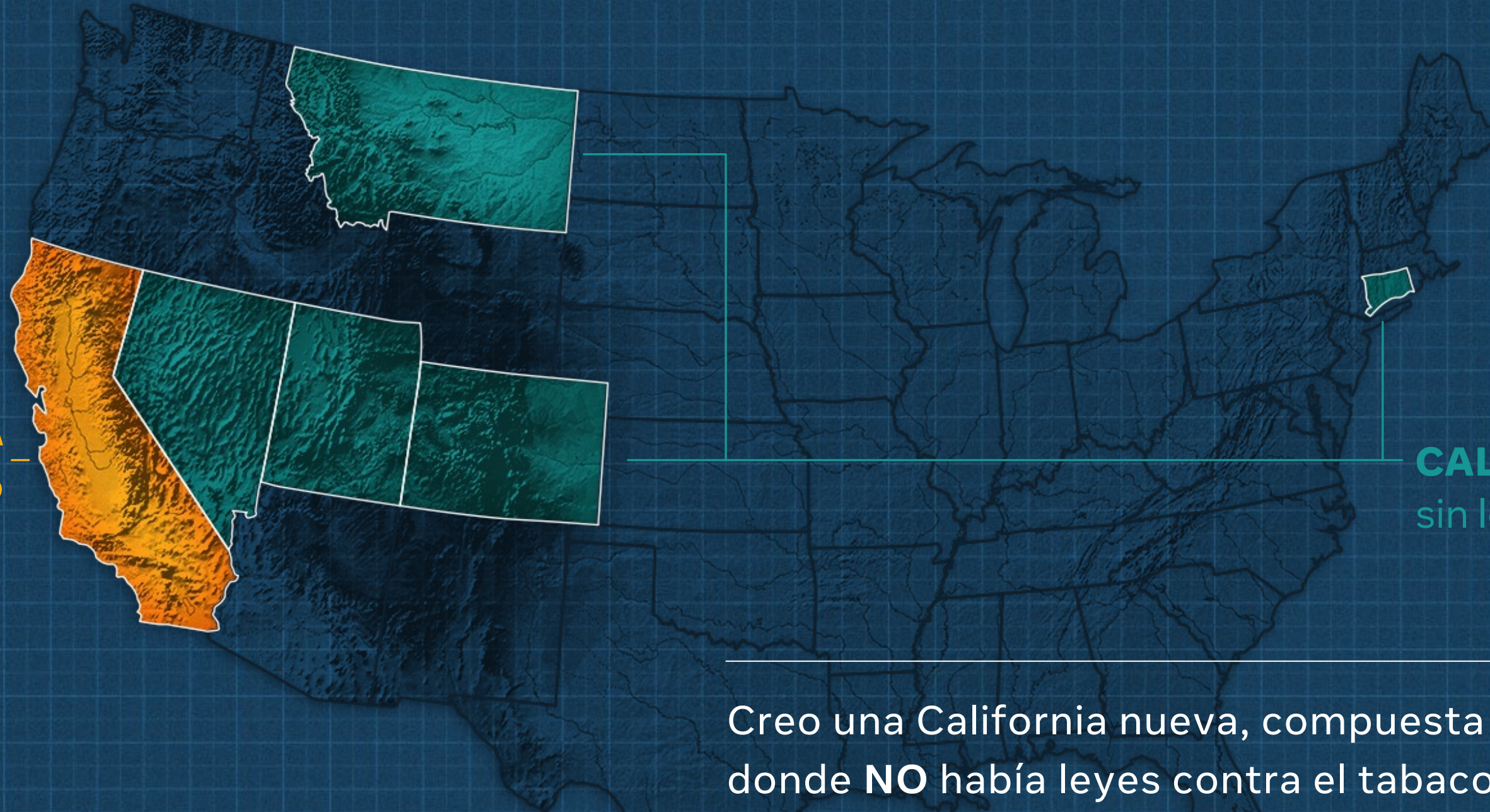
2010

La ciencia contraataca

Abadie et al (2010). "Synthetic Control Methods for comparative case studies: estimating the effect of California's tobacco control program"

Creando una california artificial

CALIFORNIA
con ley de tabaco

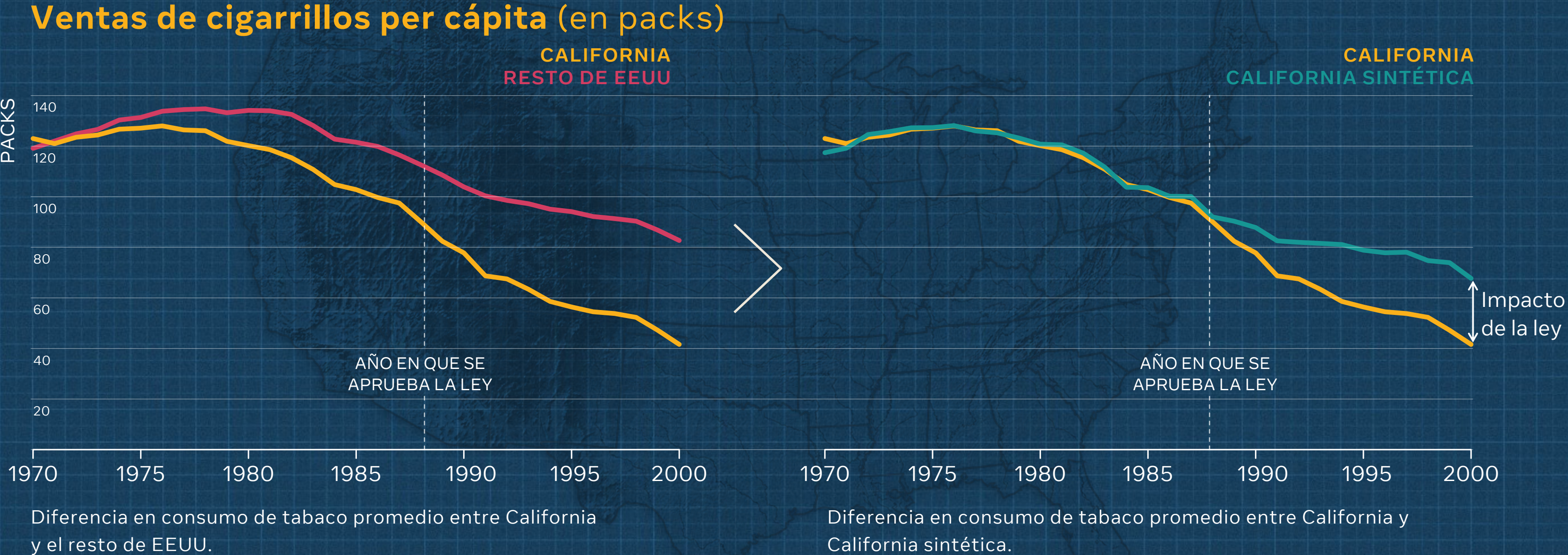


CALIFORNIA SINTÉTICA
sin ley de tabaco

Creo una California nueva, compuesta por estados donde **NO** había leyes contra el tabaco.

La **California sintética** se parece mucho a la **California real**, en los períodos previos a la ley

Midiendo el **impacto de la ley**



Adapted from Abadie et al (2010). "Synthetic Control Methods for comparative case studies: estimating the effect of California's tobacco control program"

Modelo original ha evolucionado

Generalized Synthetic Control Method

Yinqing Xu, Cambridge University Press, 2017

The augmented Synthetic Control Method

Ben-Michael et al, UC Berkeley, 2020

Synthetic Difference In Differences

Khangelsky et al., Working Paper, 2021

Introduciendo GeoLift

GeoLift es una solución open-source para medir la incrementalidad a nivel geográfico de una manera transparente y reproducible.





Features

- **Causal.** Mide el efecto real del mkt
- **Permite reproducibilidad.** Open source.
- **Resiliente.** Solo data agregada.
- **Flexible** a todas las industrias.
- **Fácil y rápida** de implementar.



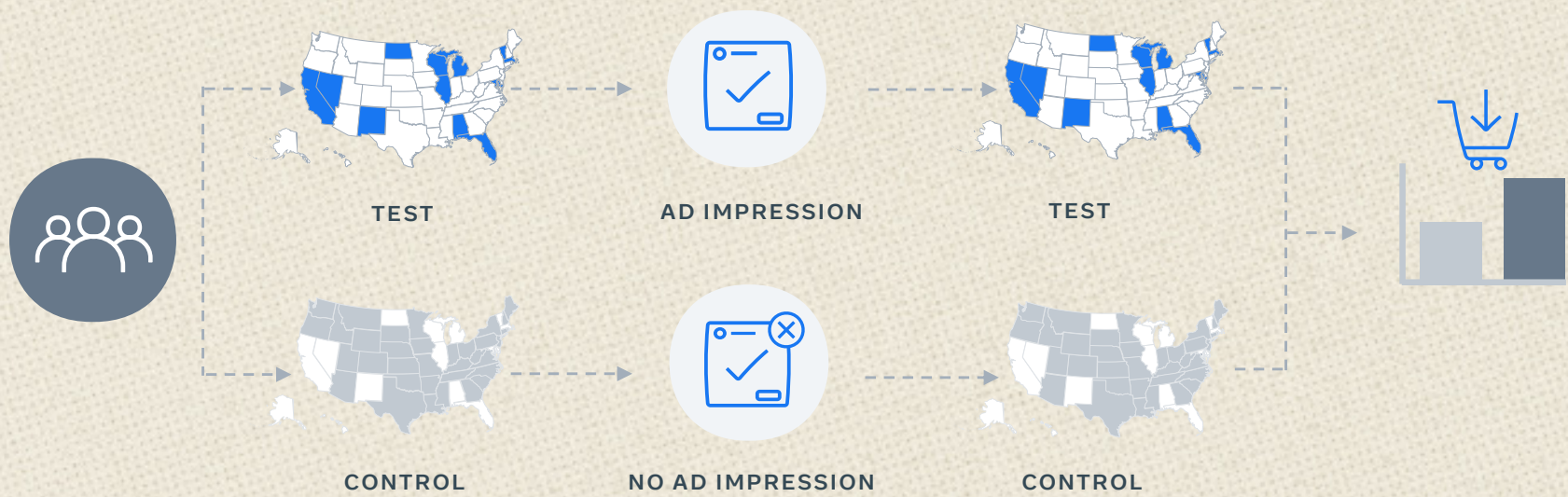


Historicamente, las campañas de Clorox Wipes en Chile habían sido dirigidas únicamente a mujeres



¿Cuál sería el efecto de expandir su comunicación a la audiencia masculina?

The Campaign



Targeting	Men only
Duration	25th Jan to Feb 18th
Test Cities/ treatment	vila alemana, viña del mar, antofagasta, temuco, puerto montt, iquique, valdivia, san bernardo.

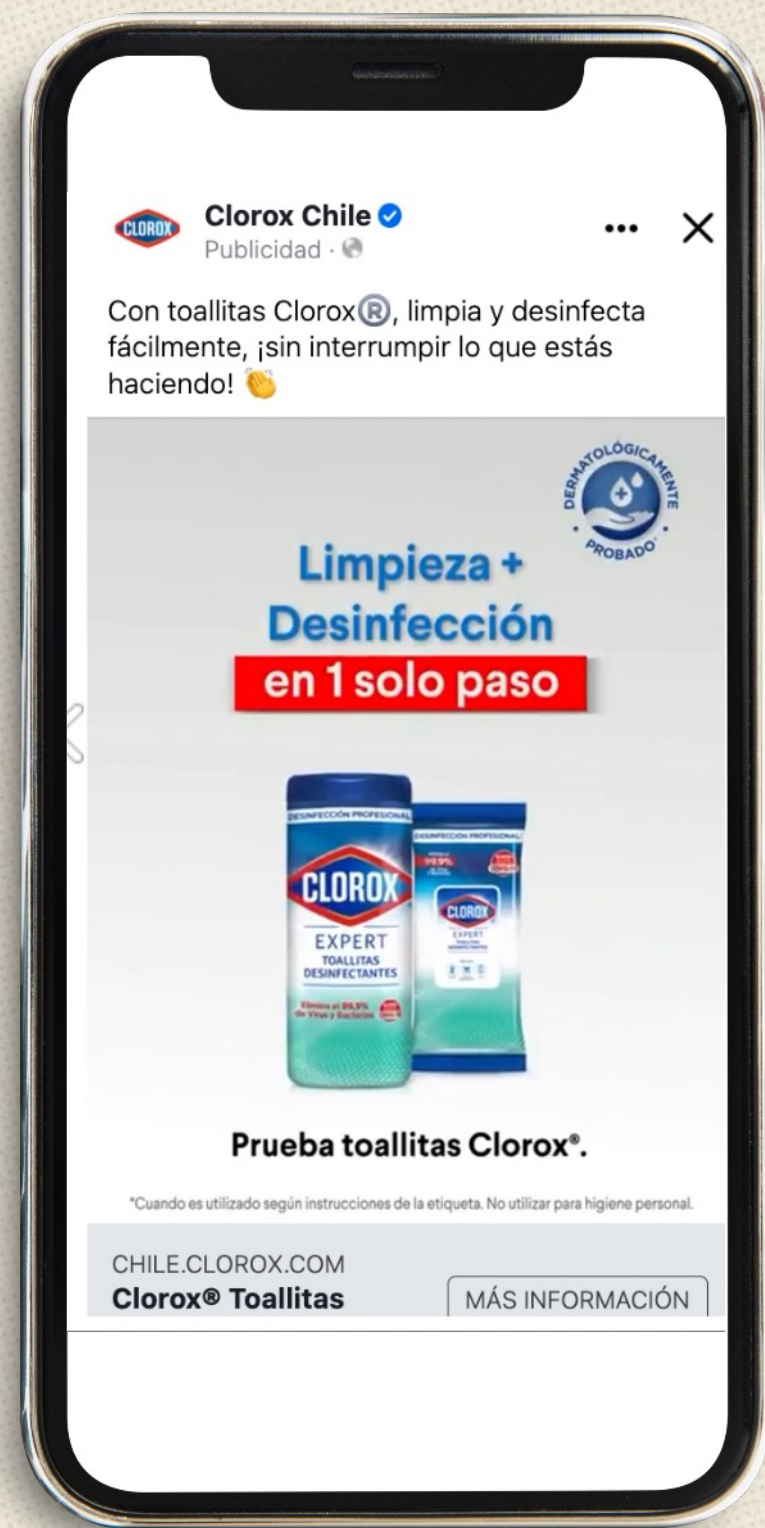
Measurement



Sales Lift: GeoLift

Geo - como una forma de comprender el efecto de los anuncios de Meta en las ventas en Supermercados.

GeoLift



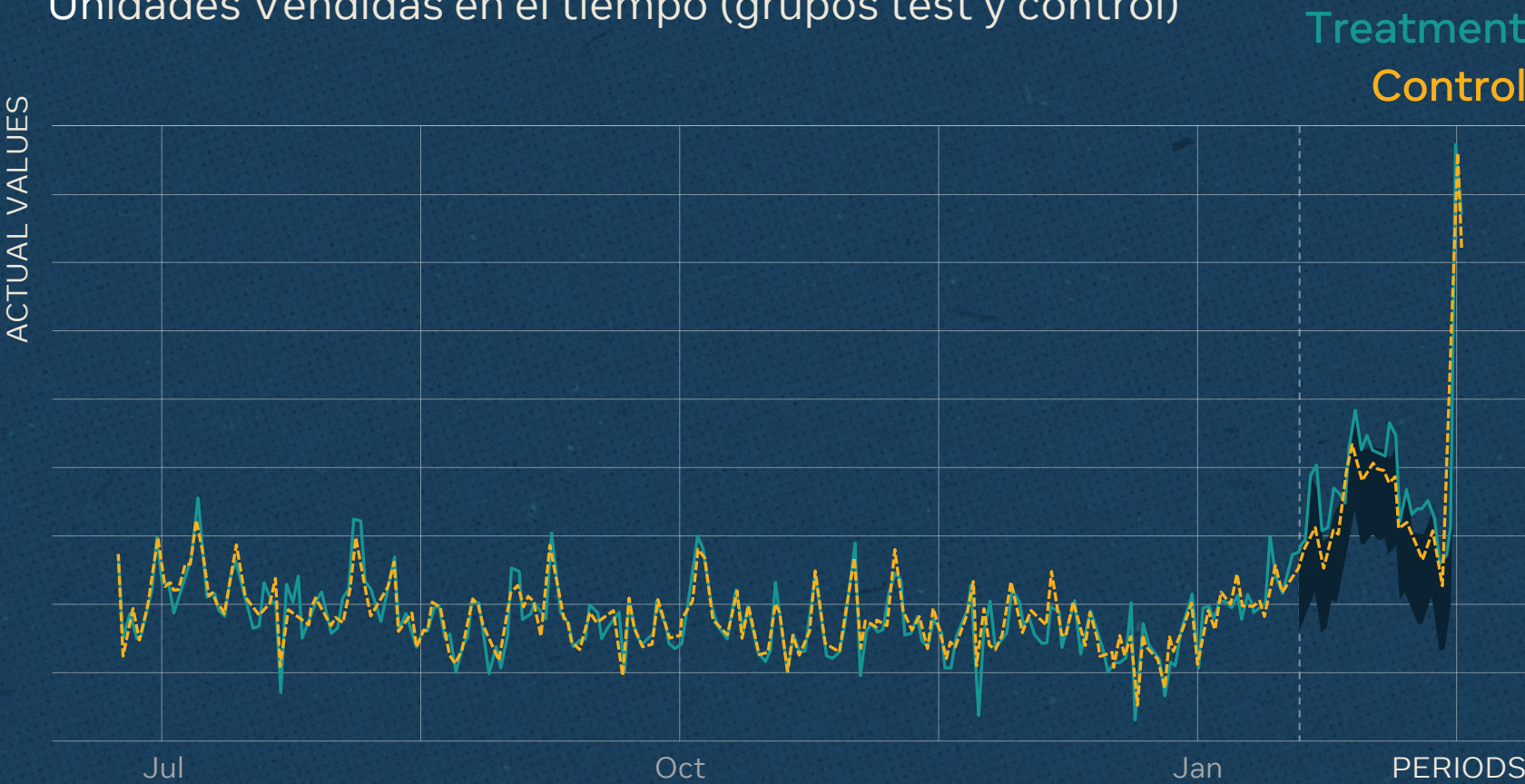
: Men Only

alemana, viña
mar, antofagasta,
nuco, puerto
ntt, iquique,
divia, san bernardo.

Detectamos un aumento en las ventas de 9,6 %, debido a los anuncios de Clorox Wipes en Hombres.

GEOLIFT Results 2022

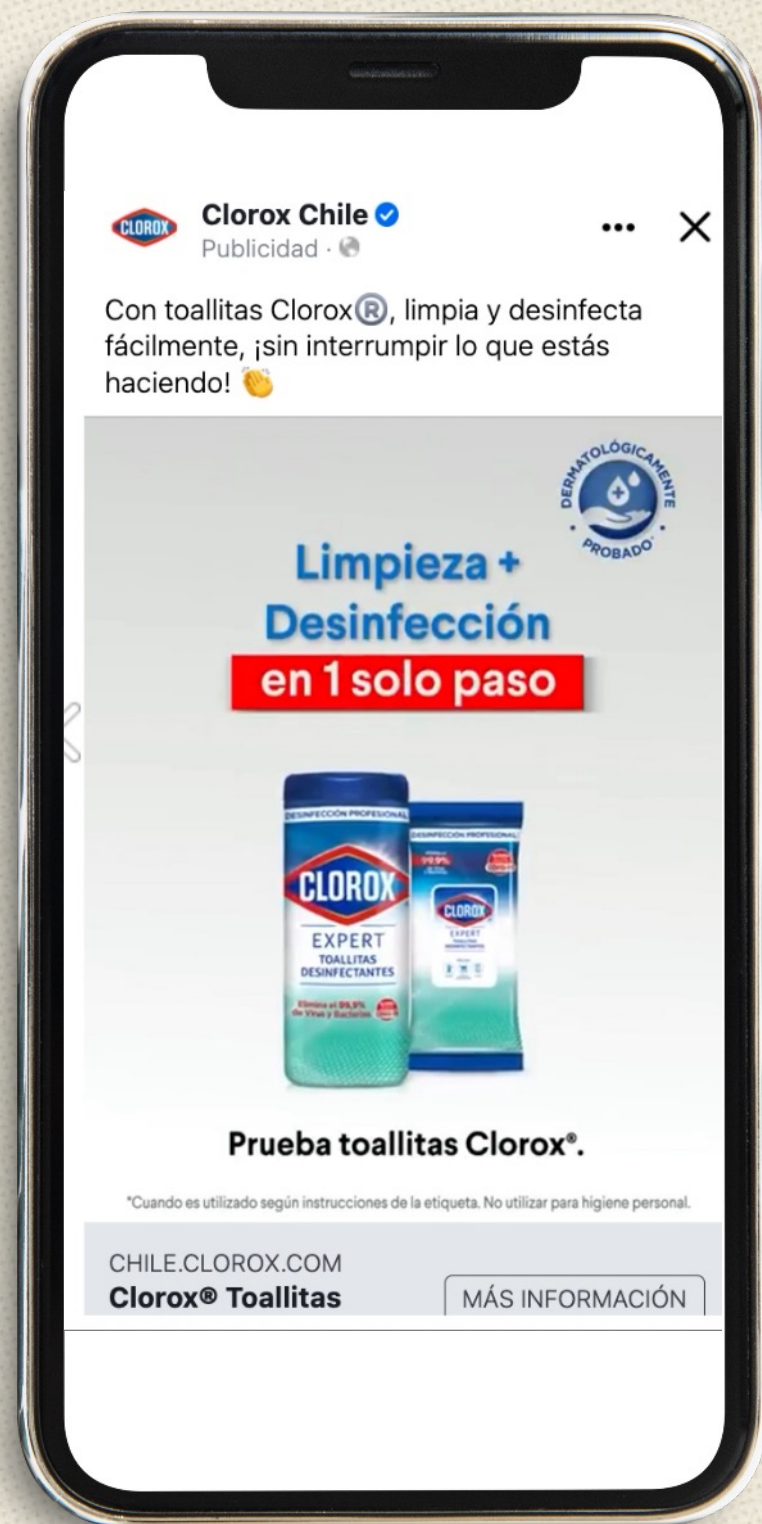
Unidades Vendidas en el tiempo (grupos test y control)



GEOLIFT RESULTS

- LIFT IN UNITS SOLD: 9.6%

Brand Lift

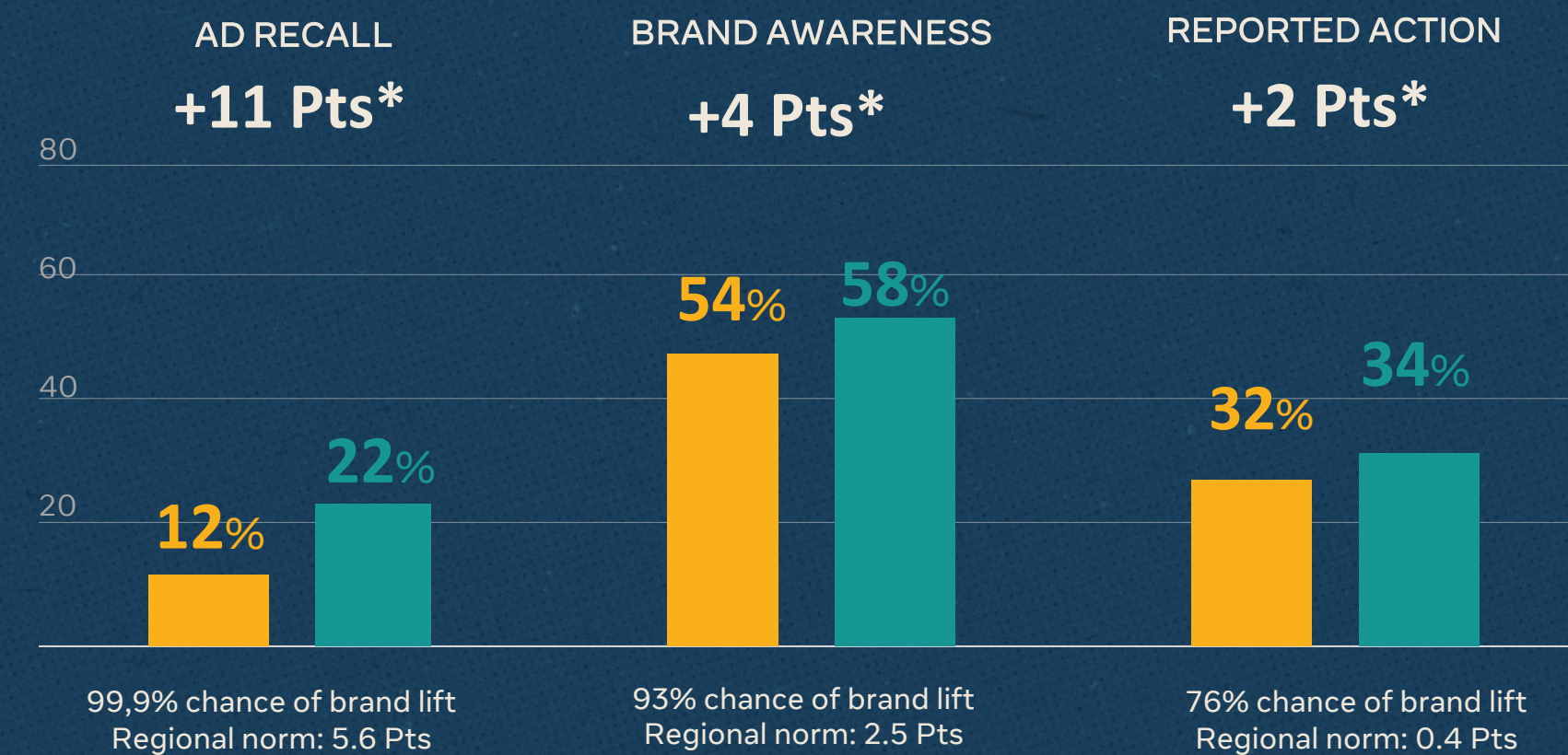


Además, la campaña logró incrementar atributos de marca como Brand Awareness

Brand Lift Results 2022 – MEN ONLY

Control group: men not exposed to FB ads

Test group: men exposed to FB Ads



Source: FB/IG Brand lift Campaign results. Study conducted Jan 25th to Feb 18th

Count on Meta

GEOLIFT Experiments

