A close-up photograph of two people in business attire shaking hands. The person on the left is wearing a blue blazer, and the person on the right is wearing a dark suit jacket. The background is blurred, showing what appears to be a meeting table with documents. The overall lighting is warm and professional.

# Caso de éxito: cómo ING y Adevinta Spain han conseguido encontrar un nuevo camino

**Adevinta**

Spain

fotocasa [habitaclia](#) [InfoJobs](#)  
cochesnet [motosnet](#) [mifinancios](#)

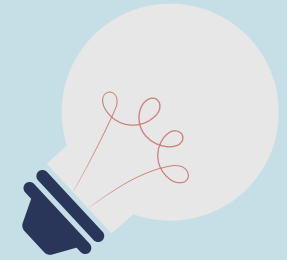
**1** Pasado:  
¿cómo era la relación?

**2** Presente: trabajar  
en una relación  
consolidada

**3** Un futuro  
ilusionante

**4** Testimoniales

# 1 Pasado: ¿cómo era la relación?



Por lo general, para entender la clave del éxito de una relación comercial entre dos empresas hace falta retroceder en el tiempo, ver cómo se fraguó y cómo se han superado los obstáculos.

## Relación en crisis

En este caso, la unión entre ING y Adevinta Spain no era reciente. Tras muchos años de vinculación, a finales de 2019, **la relación comercial** entre ambas empresas pasaba por un bache y la desconfianza ganaba terreno.

## Factor humano

Para conseguir dar ese giro de 180 grados, ambas **partes apostaron por el factor humano**: trabajar en la relación con delicadeza y constancia para volver a un camino de crecimiento y satisfacción compartida.

## Partnership

Tras unas reuniones iniciales en las que evaluaron la situación, ING, Adevinta Spain e Ymedia Iprospect - la agencia de medios implicada - trazaron un plan de acción conjunto. ¿El objetivo? Conseguir que más que comercial, la relación fuese la propia de un **partnership**.

Con este nuevo planteamiento encararon un nuevo año en el que tenían claro que el seguimiento continuado tenía que ser una pieza fundamental.

De esta manera, agencia y soporte comenzaron a realizar un seguimiento semanal que les permitió **optimizar las campañas** manteniendo siempre los objetivos del cliente en el centro de cada acción.



## 2 Presente: trabajar en una relación consolidada

Como no podía ser de otra manera, ese buen hacer de todas las partes se terminó traduciendo en buenos resultados. Y, lo que es más importante: **se recuperó la confianza** en la relación.

En cierto modo, ING, Adevinta Spain e Ymedia Iprospect **han aplicado la fórmula mágica en la esencia de las relaciones humanas**: escucha, empatía y constancia han sido claves para llegar a la situación actual.



Así, manteniendo esa metodología de trabajo, el presente se caracteriza por una relación sólida en la que, además, **los resultados acompañan.**

Unos resultados que, en términos publicitarios, hasta ahora se centraban en la parte baja del *funnel* y con una estrategia enfocada al **performance**. Pero, si todo funcionaba tan bien, ¿por qué no dar un paso más?

## 3 Un futuro ilusionante

ING, Adevinta Spain e Ymedia Iprospect han consolidado un flujo de trabajo entre todas las partes que es efectivo y unas **campañas con enfoque *low funnel* que funcionan**. Por lo tanto, era el momento de mirar más allá.



En 2022 se ha planteado una **estrategia full funnel** con los siguientes objetivos:



**Aportar más valor** al usuario



Hacer más foco en las acciones de **posicionamiento**



Incrementar los **touch points**



**Escuchar** más a la audiencia



Aplicación de **insights y data** para mejorar el performance

Además, la consecución de todos estos objetivos está llegando de la mano de la **innovación y de la creatividad publicitaria**, con el desarrollo de productos publicitarios adaptados a las necesidades del cliente y capaces de explotar las oportunidades que brindan la **tecnología y la data**. Un contexto que ha acompañado del trabajo en equipo y la escucha activa que aporta el factor humano conduce, necesariamente, a una mejora permanente.

# 4 Testimoniales

"Para nosotros desde Ymedia, ha sido todo un cambio empezar a trabajar con vosotros. Hemos sentido que trabajamos muy muy de la mano y que la relación tiene un fin super claro, mejorar el posicionamiento de ING en el mercado inmobiliario.

Habéis estado muy encima de las campañas, optimizando y teniendo calls con nosotros de manera semanal, moviendo presupuestos, modificando formatos y emplazamientos, pidiendo nuevas creatividades y copias... En resumen, es y está siendo un gusto trabajar mano a mano con vosotros, sentimos que somos un único equipo."

**Cristina De las Heras**

Brand Executive Senior at Ymedia Iprospect

"Los buenos resultados creemos que son reflejo de la buena relación y confianza que existe entre ambas partes. Trabajar de la mano nos ofrece una visión mucho más amplia sobre el mercado, y optimizar nuestros costes, mejorando nuestros KPIs. Convirtiendo a Adevinta en un gran partner para nosotros".

**Goretti Gómez López**

CoE Brand Experience and Paid Media Expert at ING





# Adevinta

## Spain

fotocasa habitalia *InfoJobs*  
cochesnet motosnet milanuncios