

NML.

NASH MARKETING LABS

PLAYBOOK · ECOMMERCE DE GRAN CATÁLOGO

Tu catálogo factura. ¿Pero gana?

Cómo estructurar miles de SKUs por rentabilidad real —no por facturación— para que cada euro de inversión vaya al producto que de verdad deja margen.

Paid Media engineered to maximize profit.
nashmarketinglabs.com

«Escalo ventas, pero no sé si gano dinero»

Es la frase con la que llega casi todo ecommerce de gran catálogo (recambios, multimarca, distribución, miles de referencias):

- Vendes más unidades cada mes, pero el beneficio no acompaña.
- Pujas igual por el SKU que te deja un 60% de margen que por el que te deja un 4%.
- PMax y Shopping son una caja negra: meten todo el catálogo junto y optimizan a conversiones, no a TU margen.
- Sigues gastando en productos sin stock o que se devuelven en masa.
- No sabes qué referencias te hacen ganar dinero y cuáles lo drenan.

El problema no es de presupuesto: es que el catálogo está estructurado por facturación, no por rentabilidad.

Por qué facturar no es ganar

MARGEN REAL POR SKU

El precio no es el margen

Dos productos con el mismo precio pueden tener márgenes opuestos tras coste, devolución y promo. Sin ROAS neto por SKU, estás pujando a ciegas sobre el beneficio.

LA LEY DEL 20%

Un puñado de SKUs carga el beneficio

En catálogos grandes, el 15-20% de las referencias genera la mayoría del margen. El long tail consume inversión y atención sin devolver casi nada.

PMAX / SHOPPING A CIEGAS

El algoritmo no conoce tu P&L

Si metes todo el catálogo en una sola campaña, Google optimiza a «conversiones», no a margen. Vende lo fácil y barato, no lo rentable.

CANIBALIZACIÓN PROMO

Más unidades, menos beneficio

Las promos no modeladas disparan unidades vendidas mientras hunden el margen. Parece que escalas; en realidad financias a tu cliente.

Nuestra ingeniería de performance, aplicada a un catálogo grande

Son matemáticas, método y las cuentas que ya hemos llevado.

01 **Objetivos sobre margen, no sobre la plataforma**

Fijamos KPIs reales: ROAS neto por SKU, margen por pedido y MER. La conversión bonita no paga nóminas.

02 **Calibrar la medición y el feed**

Tracking de ingeniería + feed enriquecido con coste/margen y stock. Sin un feed que conozca tu rentabilidad, no hay optimización posible.

03 **Clasificar el catálogo por rentabilidad real**

Clasificamos cada SKU por margen, rotación, promo/no-promo y multicanal, y de ahí sale el reparto de inversión.

04 **Estructurar campañas por buckets de margen**

Shopping/PMax segmentado por prioridad: empuja lo rentable, contiene lo dudoso, excluye lo que pierde dinero o no tiene stock.

05 **Iterar y escalar el margen**

Escalamos beneficio neto, no facturación. Presupuesto siempre hacia donde cada euro rinde más.

5 cosas que puedes revisar esta semana

Sin nosotros. Si solo haces esto, ya verás dónde se escapa el dinero:

- Calcula el margen real por categoría (tras coste, envío y devoluciones), no el precio medio.
- Identifica tus top 20 SKUs por beneficio. ¿Tienen campaña/prioridad propia? Casi nunca.
- Mira qué % del gasto va a SKUs de bajo margen o long tail. Suele asustar.
- Comprueba si tu PMax/Shopping tiene TODO el catálogo junto sin segmentar por rentabilidad.
- Cruza devoluciones por SKU con inversión: hay productos que vendes a pérdida sin saberlo.

Lo que veríamos en tu catálogo

No entregamos un informe de métricas de vanidad. Entregamos hallazgos atados a tu margen. Ejemplo real anonimizado:

Auditoría de catálogo · Ecommerce multimarca de recambios · ~18.000 SKUs · ~450k€/mes · Google Shopping + PMax

Una parte de la inversión iba a SKUs que pierden dinero tras devoluciones

Productos con alta tasa de retorno empujados como si fueran rentables.

Un único PMax con el catálogo entero

El algoritmo priorizaba lo barato y fácil de vender; los SKUs de alto margen recibían migajas.

~200 SKUs sin stock seguían recibiendo gasto

Feed desincronizado: dinero a páginas que no podían convertir.

El 12% de los SKUs generaba el 70% del margen —sin campaña propia

La mayor palanca de beneficio estaba sin explotar.

Oportunidad: estructura por buckets de margen

Reasignar presupuesto a lo rentable proyectaba subir el beneficio neto sin gastar un euro más.

Esto es lo que verías sobre TU catálogo. Una auditoría NML solo necesita acceso de lectura + tu feed. Es gratuita y sin compromiso: te decimos dónde está el margen escondido.

Ingeniería de performance.

Especialistas en paid. Tratamos tu catálogo como un problema de rentabilidad, no de volumen: cada SKU con su margen delante antes de repartir un euro.

+18M€

INVERTIDOS

+220M€

FACTURADOS POR
NUESTROS CLIENTES

+10€

POR CADA EURO DE
INVERSIÓN GESTIONADA

+10

AÑOS

Contratas el Paid Lab y accedes al resto como infraestructura interna.

Classification Lab

SKUs ordenados por rentabilidad real. El primer paso.

Paid Lab

Google, Meta, TikTok y LinkedIn, con nuestra ingeniería de performance.

Measurement Lab

Tracking de ingeniería: GA4, server-side, CAPI.

BI Lab

BigQuery, reportes diarios y alertas por margen.

Automation Lab

Feed y stock sincronizados, alertas (n8n).

Creative AI Lab

Volumen de creatividades a coste mínimo.

Te enseñamos dónde está el margen escondido en tu catálogo.

Clasificamos una muestra de tu catálogo y te decimos qué SKUs te hacen ganar dinero y cuáles te lo drenan. Sin compromiso y sin coste.

SIN COMPROMISO

Pide tu auditoría gratuita

Solo necesitamos acceso de lectura a tus cuentas de paid y tu feed de producto.

nashmarketinglabs.com/diagnostico →