

CASO DE ÉXITO

MAKEOVER DIGITAL ORIENTADO A LA CONVERSIÓN

Spanish Studies Abroad



Spanish Studies Abroad

SSA (Spanish Studies Abroad) es una empresa norteamericana con más de 50 años de experiencia en el sector de la educación. Presta sus servicios desde 1969 a estudiantes universitarios estadounidenses interesados en tener una experiencia intercultural e inmersiva en países hispanohablantes. Actualmente desarrolla su actividad en 8 delegaciones repartidas por Estados Unidos, España, Argentina, Cuba y Puerto Rico.

Situación de partida

Después de la investigación inicial y la posterior entrevista, tanto SSA como iberoMEDIA identificaron una serie de deficiencias estratégicas que era prioritario subsanar:

- Incoherencia entre la identidad corporativa de SSA y el mensaje que quiere transmitir a su público.
- Percepción e imagen de la marca alejada de la identidad de SSA.
- Pérdida de presencia y visibilidad de la marca entre los miembros que componen el target de SSA.
- Rápida transformación y crecimiento de una competencia mejor adaptada y agresiva.
- Descenso de la eficiencia de las estrategias, herramientas y acciones enfocadas a la captación y fidelización de potenciales clientes.

El reto

Diseñar y aplicar una estrategia de marketing digital siguiendo la metodología Inbound Marketing para abrir un nuevo canal de captación de clientes, mejorar la visibilidad de la marca, su percepción entre el público y su capacidad competitiva en el entorno digital.

La solución en 5 pasos

Spanish Studies Abroad necesitaba una transformación digital integral que le permitiese alinear su estrategia de comunicación y marketing digital con la identidad y objetivos de la empresa a corto, medio y largo plazo.

La estrategia que llevamos a cabo para lograrlo constaba de 5 pasos:

1. Reencuentro con el Buyer Persona

El primer paso que dimos desde iberōMEDIA fue redefinir el perfil de cliente ideal de SSA. Reformulamos las características principales del target y grupos de interés de la marca para tener un punto de partida firme que nos sirviera de guía para desarrollar una estrategia duradera, escalable y coherente con los objetivos de la compañía.

2. Renovación y cambio de imagen

Generamos una imagen acorde a la identidad de SSA, estuviera alineada a la proposición de valor de la marca, mejorando, de este modo, la percepción de los usuarios tuvieran de esta.

Abordamos el proceso de rebranding en base al perfil del cliente ideal y la identidad de SSA. Adaptamos la identidad corporativa de la marca al entorno digital, los nuevos clientes potenciales, competidores y visión de futuro, poniendo especial énfasis en su identidad visual.

3. Una web armada para la conversión

Implementamos las nuevas características de la marca SSA a su sitio web y a todos los puntos de contacto de la empresa con sus stakeholders. Conseguimos destacar su propuesta de valor y mejorar la experiencia del usuario.

Orientamos todo el diseño a lograr tres objetivos principales: atracción, retención y conversión de usuarios. Dotamos a los medios propios (web y blog) y a los perfiles sociales de SSA de los mecanismos apropiados para lograr estas metas.

4. El momento Inbound

Estos fueron los cimientos sobre los que asentamos una nueva estrategia de crecimiento prolongado usando la metodología de Inbound Marketing.

Potenciamos la visibilidad y presencia digital de la marca mediante posicionamiento SEO, SEM, campañas de publicidad display y social Ads.

Generamos contenido de valor para llamar la atención del público objetivo de SSA, atraerlo y mejorar el engagement de la marca.

Creamos un blog propio y una plataforma externa en la que la marca y sus prescriptores interactúan con la comunidad.

Con esto logramos impulsar la participación e interacción de los clientes y potenciales clientes con la marca, además de aumentar la autoridad de SSA frente a la competencia directa.

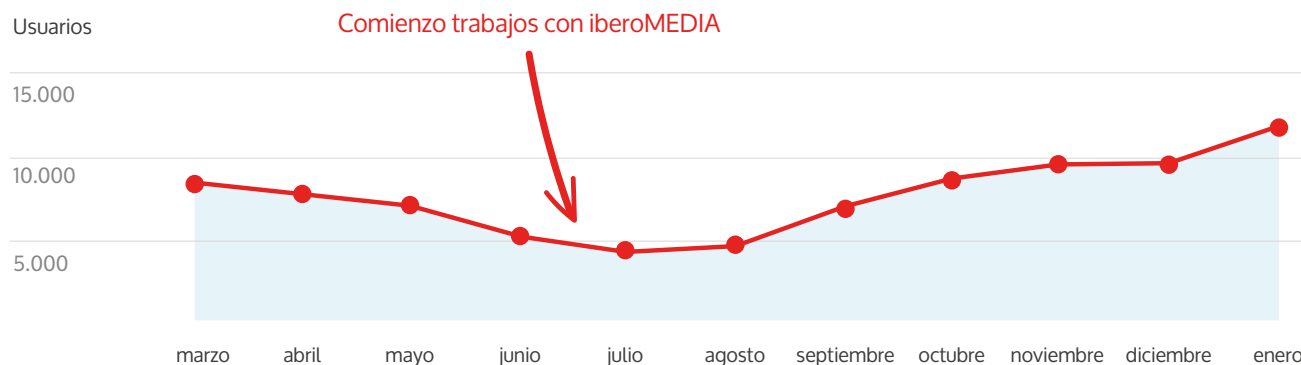
Por último, aplicamos las tácticas inbound habituales para la segmentación, maduración, conversión de usuarios y fidelización de clientes.

5. Monitorización y mejora continua

Utilizamos herramientas analíticas, de monitorización y automatización adaptadas a las necesidades específicas de SSA. Analizamos toda la información generada por cada interacción del usuario con la marca e implementamos mejoras constantes en cada campaña y estrategia.

Los resultados

En un año de colaboración, Spanish Studies Abroad e iberōMEDIA han conseguido:



Incremento de tráfico en un 142,95%

SSA ha pasado de tener 6.062 sesiones mensuales a tener 14.728.

Crecimiento del 588% en la captación de leads

SSA ha pasado de captar 17 leads al mes a 100 leads mensuales.

Abaratamiento del CPL del 91,6%

SSA ha pasado de gastar 238€ en la captación de un lead a invertir 20€ por cada uno de ellos.

Aumento drástico de la visibilidad

SSA posiciona más de 203 palabras clave de un total de 2.283 en el TOP 10 de las SERPs.

Posicionamiento líder

Recibe alrededor de un 300% más tráfico orgánico que sus inmediatos competidores.

Aumento de ventas

SSA ha visto como el canal digital ha crecido en importancia como método de atracción, captación y fidelización de clientes. El canal digital es hoy la principal vía de generación de ingresos de la marca.



Hemos conseguido la posición Cero de Google para algunas búsquedas SEO

Spanish Studies Abroad ahora

Hoy Spanish Studies Abroad puede decir que su marca ha conseguido realizar una transformación digital más que exitosa. Ha adaptado sus herramientas y adquirido otras muchas para enfrentarse a una nueva forma de relacionarse con su público.

1. Control total

Los mecanismos de atracción, conversión y fidelización de clientes de SSA responden a una estrategia de marketing digital fundamentada en la metodología Inbound Marketing. SSA controla y examina la rentabilidad de todas las acciones de marketing digital en tiempo real y actúa en consecuencia.

2. Formados en el progreso

SSA utiliza programas formativos impulsados por iberōMEDIA para fortalecer las aptitudes y competencias específicas y de marketing digital de todos sus miembros.

Esta capacitación permite a SSA ganar progresivamente independencia en la creación y gestión de sus propias estrategias de comunicación y de marketing digital.

3. El cliente más cerca que nunca

Se han abierto canales de comunicación bidireccionales con los clientes y con el resto de stakeholders de SSA para analizar su experiencia y potenciar su relación con la marca. Los datos obtenidos son utilizados por iberōMEDIA y SSA para ajustar y mejorar sus estrategias, tácticas y acciones tanto presentes como futuras.

4. Buscando nuevas metas

El equipo de SSA ha conseguido asimilar y apoyarse en la estructura digital de trabajo creada por iberōMEDIA para permanecer en un estado de adaptación y mejora orgánica constante.

SSA es hoy la empresa líder del sector en los ámbitos geográficos en los que está presente.

El futuro del proyecto de Inbound Marketing de Spanish Studies Abroad

El proyecto de SSA pasa por incrementar su presencia en Estados Unidos, ampliar destinos en España y otros países hispanohablantes. Además, SSA busca fortalecer e incrementar su red de relaciones con las instituciones educativas en los países en los que está presente y explorar nuevas opciones de expansión.

Los objetivos conjuntos de SSA para este nuevo ejercicio son:

- Alcanzar un tráfico de 30.000 sesiones mensuales
- Mejorar su ratio de conversión de usuarios y captación de leads a 1:120
- Aumentar el número de palabras clave utilizadas un 200%
- Incrementar un 100% el volumen de palabras clave posicionadas en el TOP 10 de SERPs

Ahora Spanish Studies Abroad tiene nuevos retos de crecimiento y expansión que afrontar. Ha superado con creces a la competencia directa que tenía antes de empezar su relación de colaboración con iberoMEDIA. SSA es hoy una organización de una categoría superior.

Spanish Studies Abroad

Spanish Studies Abroad (SSA) organiza desde 1969 estancias en el extranjero para estudiantes universitarios estadounidenses interesados en tener una experiencia intercultural e inmersiva en países hispanohablantes.

La problemática

La organización necesitaba afrontar un proceso de transformación digital integral. SSA demandaba un rediseño de su identidad corporativa digital para alinearla con sus nuevos objetivos. Estos eran:

- Aumentar la visibilidad de la marca
- Alinear identidad de SSA con su imagen
- Mejorar la tasa de conversión
- Posicionarse como líder entre su competencia directa
- Mejorar engagement con clientes

El resultado

- Imagen de marca única y cohesionada con su identidad
- Captación de más de 13 prescriptores de la marca
- 10% de palabras clave posicionadas en el Top 10 de las SERPs
- Abaratamiento del CPL un 91,6%
- Mejora de un 588% del ratio de conversión
- Incremento del 143% las sesiones mensuales (14.728)

"El equipo de iberoMEDIA, partner oficial de HubSpot, ha sido el responsable de guiar a nuestra empresa en el camino hacia el marketing digital. La clave ha sido lograr una simbiosis entre la calidad de nuestro servicio y la enseñanza y la imagen que queremos proyectar al exterior".

Amy Niego



**¿Quieres recibir una llamada personalizada
de 30 minutos para analizar tu estrategia
de inbound marketing?**

SOLICITA UNA LLAMADA