

DOCUMENTO DE PROFUNDIZACIÓN

Marketing y Ecosistema Digital

Caso práctico

Caso Práctico

En la universidad Mundo Educativo, nombre cambiado para proteger temas legales, con la optimización de la web y de las estrategias para el buyer persona se obtuvieron resultados muy halagadores. Se utilizó Inbound Marketing. El plan de marketing tenía la siguiente información:

Antecedentes de la universidad

Análisis de la WEB y Propuesta de actualización con herramientas más ágiles.

Estrategia de marketing enfocada a conseguir estudiantes trabajando en la base del embudo para cerrar estudiantes, esto en el primer año de funcionamiento.

En el segundo año se hizo la campaña: Cómo elegir tu carrera. Con resultados:

- Un 31.25% de tasa de apertura
- Un 7.33% en click rate
- Un 19.4% en CTR

Campaña de exámenes de admisión. Sus resultados:

- Obtuvimos 280 reuniones
- El 81% se convirtió en cliente
- Un 27% tasa de apertura
- Un 6% de click rate
- Un 21.30% en CTR

Campaña cierre de período. Sus resultados

- El 76.15% se convirtió en matriculado
- Hubo un 30.24% en tasa de apertura
- Un 2.18% click rate
- Un 6.28% en CTR

Resultado de la campaña “Último examen de Admisión”

- El 32% se convirtió en matriculado
- Hubo un 41.23% en tasa de apertura
- Un 8.94% de click rate
- Un 24.19% en CTR

Se ejecutó métricas en cuanto a posicionamiento de la universidad y métricas del tráfico en la web. El posicionamiento mejoró un 34.17% y el tráfico en la WEB alcanzó un 45% de mejora. Los matriculados crecieron 49.34%