

**Microsoft**

2.435.403 seguidores

**Seguir**

## CASO DE ÉXITO

Fundada en 1975, **Microsoft** (Nasdaq "MSFT") es el líder mundial en software, servicios y tecnología de Internet para la computación personal y empresarial. La compañía ofrece una amplia gama de productos y servicios diseñados para potenciar las capacidades de las personas a través del mejor software, en cualquier lugar, en todo momento y con cualquier dispositivo.

### CASO DE ÉXITO

#### DESAFÍO

**Microsoft** organizó, a fines de 2014, el encuentro "Reimaginando la empresa en la era digital", en el que buscó convocar a ejecutivos para que conozcan las posibilidades de evolución de sus compañías a través de la Nube Microsoft, explicando cómo impulsar la generación de experiencias personalizadas, flexibles y ágiles, además de aportar un enfoque sobre dispositivos y servicios.

Dado que el evento se dirigía puntualmente a profesionales de organizaciones específicas, acordes a los servicios presentados, Microsoft eligió LinkedIn para captar de manera personalizada y precisa a la audiencia.

El objetivo de la campaña fue alcanzar a los usuarios con un mensaje directo e información clara invitándolos al encuentro con la posibilidad de registrarse de manera inmediata al mismo.



#### SOLUCIÓN

Para alcanzar a los usuarios específicos se aplicó una potente segmentación considerando las siguientes categorías. **Manager + IT, Engineering, Marketing, Sales, Business Development.**

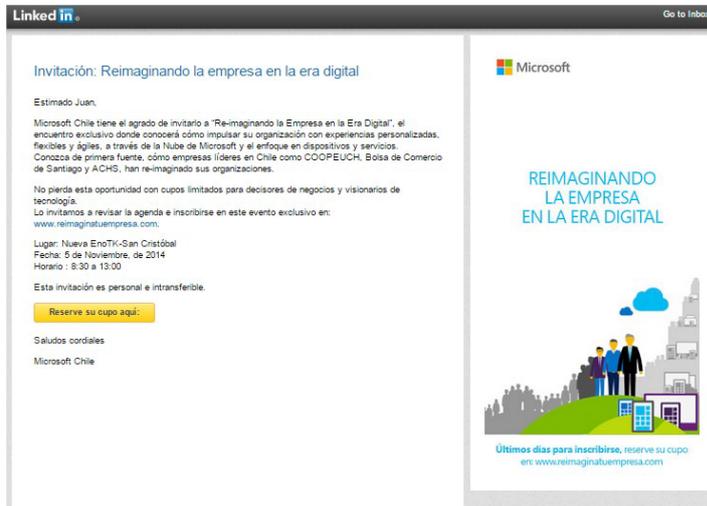
Se los impactó con el formato **Inmail**, el anuncio de LinkedIn que llega directamente al inbox de cada usuario.

El mensaje constó de un texto conciso que explicaba el motivo del encuentro, detallando los datos del evento, e incluyó el Call-to-action "Reserve su cupo aquí" redirigiendo al sitio del encuentro para que los usuarios pudieran registrarse.



## SOLUCIÓN

### Sponsored Inmail



## RESULTADOS

**99%**  
TASA APERTURA

**34%**  
TASA DE CLICKS

**La tasa de apertura conseguida por esta campaña a través del formato Inmail fue la más alta de la historia en el mercado chileno.**



## CLAVES DE ÉXITO



### #01

**Segmentación exacta:** La elección de la audiencia profesional acorde al mensaje es fundamental para alcanzar efectividad en la campaña. En este caso se seleccionaron cinco categorías directamente relacionadas a los puntos a presentar en el evento.



### #02

**Elección de un formato personalizado:** Al tratarse de una invitación a un encuentro, la utilización del Inmail como formato fue correcta, generando cercanía y exclusividad en una audiencia interesada, logrando de esta manera un alcance directo.



## CLAVES DE ÉXITO



### #03

**Call-to-action para registro:** La incorporación del Call-to-action que dirigía al sitio permitiendo la registración de los usuarios al evento, aportó a la efectividad de la campaña brindando al usuario una manera exacta de conocer el encuentro y asegurando su cupo en el mismo momento.



## TESTIMONIOS



**Alexandra Aedo**

Digital & Consumer Marcom Specialist – Microsoft

“ Desde Microsoft necesitábamos una plataforma que nos permitiera dar visibilidad a un encuentro tan importante como lo es “Reimaginando la empresa en la era digital”, y que al mismo tiempo nos otorgue cercanía con nuestra audiencia objetiva. Cumpliendo con todos estos requisitos, elegimos LinkedIn para correr nuestra campaña, precisamente el formato Sponsored Inmail, porque nos brindaba un contacto directo con usuarios puntuales. Gratamente pudimos ver que los resultados fueron imponentes, registrando un 99% de apertura, resultado reflejado en el éxito del encuentro promocionado. ”



**Escríbenos para saber más acerca de las posibilidades que LinkedIn ofrece para tu negocio.**



**LinkedIn's Exclusive Ad Sales Partner In LatAm**

[www.imscorporate.com](http://www.imscorporate.com) | [linkedin@imscorporate.com](mailto:linkedin@imscorporate.com) | @IMSCorp