



Visa

223,764 seguidores

Seguir



Visa es la red comercial de pagos electrónicos más grande del mundo y es una de las marcas de servicios financieros globales más reconocidas en el ámbito internacional. Visa facilita el comercio global a través de la transferencia de valores e información entre instituciones financieras, comercios, consumidores, compañías y entidades gubernamentales.

CASO DE ÉXITO

DESAFÍO

Desde hace cuatro años Visa cuenta con una plataforma llamada Red de Empresarios Visa (<http://www.redempresariosvisa.com>) que fue creada para ayudar respaldar la estabilidad y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). De esta manera, las ayuda a contar con información para llevar a cabo la administración, simplificación y crecimiento de su negocio.

La marca tenía el reto de encontrar emprendedores y nuevos empresarios con el fin de poder brindar todo el contenido que viene construyendo hace años para este segmento. El propósito era encontrar un canal adicional donde pudiera brindar a las MiPymes una guía sobre cómo consolidar su negocio, y enseñarles los productos disponibles para ellos.

Visa detectó que este público estaba en LinkedIn y se planteó dos objetivos clave:

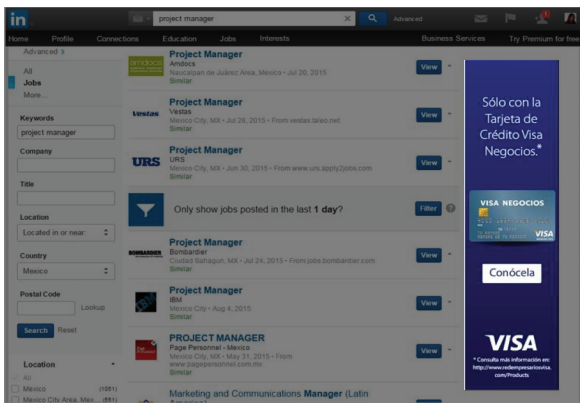
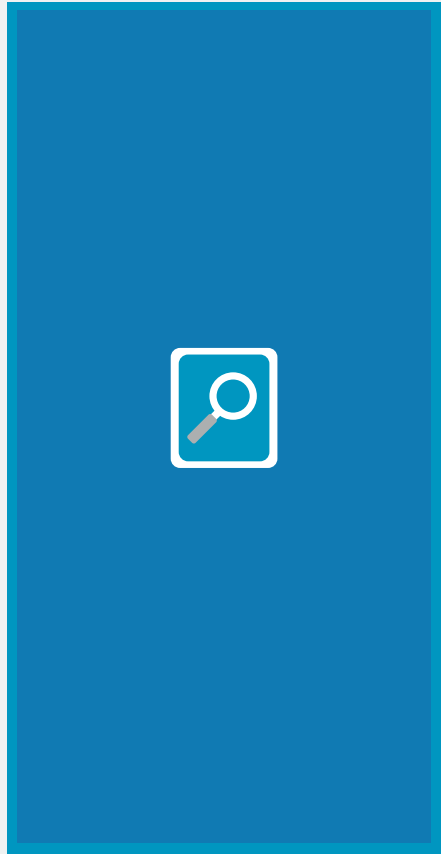
- **Generar awareness** y contar a los usuarios qué es la Red de Empresarios Visa, cuál es su estrategia en este segmento, y que las personas consumieran el contenido del sitio con más de 1500 piezas publicadas en línea.
- **Lograr mayor conocimiento de los productos** de VISA especialmente dirigidos a las MiPymes.



SOLUCIÓN

La marca decidió anunciar en LinkedIn y para llegar a su audiencia diseñó un cluster de tomadores de decisiones financieras de las MiPymes: gerentes, directores, VPs, y socios de empresas de menos de 250 empleados. En este contexto, la marca los impactó con los siguientes formatos:

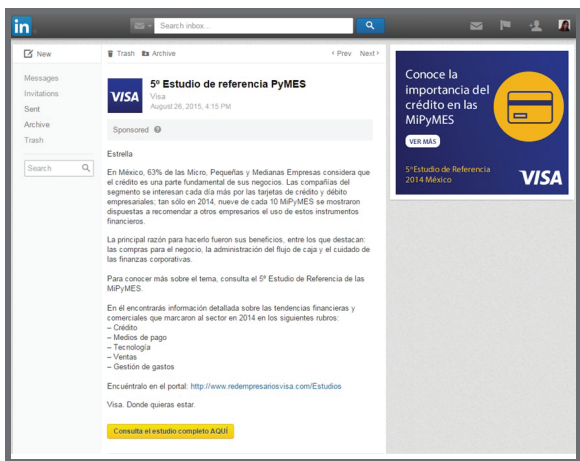
- 1 SPONSORED UPDATES:** Para llegar a los usuarios en la página de inicio e invitarlos a conocer más acerca de las novedades de la marca en relación a sus servicios para MiPyMES. Además, se utilizó este formato para educar a los seguidores de la marca con respecto a servicios financieros como: tarjetas de crédito empresariales, ventajas de aceptar pagos con tarjeta de crédito, migración digital, tecnología móvil, herramientas para PyMES, entre otros.
- 2 DISPLAY BANNERS:** en los que anunciaban el 5º Estudio de Referencia en México, destacando la importancia de los créditos para las MiPymes. Con este anuncio se alcanzó a las personas que ya habían sido impactadas con los sponsored updates.
- 3 Sponsored Inmail:** se hicieron dos envíos. Uno estuvo enfocado en que conozcan el 5º Estudio de Referencia Pymes que la marca realiza cada 18 meses en varios países de la región, incluyendo México. El segundo tenía como objetivo invitar a la audiencia a que prueben los productos que ofrece VISA exclusivamente para ellos (Tarjetas de Débito, Tarjetas de Crédito, Tarjetas Platinum, Capital de Trabajo).



Standard Display Ad



Sponsored Update



Sponsored Inmail

RESULTADOS

DISPLAY

460.314

IMPRESIONES

INMAIL

35%

TASA DE APERTURA

SPONSORED UPDATES

+930K

IMPRESIONES

0,61%

CTR

+5.6K

CLICKS



CLAVES PARA EL ÉXITO



#01

Capacidad única de segmentación:

En LinkedIn la marca encontró un cluster de un millón de personas, tomadores de decisiones financieras de las MiPymes: gerentes, directores, VPs, y socios de empresas de menos de 250 empleados.



#02

Llegar al target adecuado con mensajes personalizados:

A través de Sponsored Inmails la marca logró acercarse al público vinculado con las MiPymes, con mensajes personalizados garantizando la entrega en un 100%. Uno de los mensajes daba a conocer el 5º Estudio de Referencia PyMES, y el otro los productos que ofrece Visa para este segmento.



#03

Gran enfoque en contenido:

Los Sponsored Updates permitieron a Visa dar a conocer sus novedades en torno a los servicios financieros que ofrece la compañía para las PyMES, y otro tipo de contenidos relacionados a los emprendimientos y el perfil del profesional mexicano. De esta forma, la marca se posiciona como referente en su rubro.



TESTIMONIO

Marco Antonio Pérez

Subdirector de Mercadotecnia Digital
Visa

“Nos ha ido muy bien, estamos muy contentos con las campañas realizadas al momento. La capacidad única de segmentación que nos dio LinkedIn no la tiene ninguna otra plataforma, pudimos llegar tal cual al decision maker que pensamos que podía adquirir nuestro producto. Por otro lado, algo que nos ayudó mucho para tener tan buenos resultados fue que dos meses antes de iniciar la campaña hicimos una sesión de contenido con IMS y eso nos ayudó a planear cuál es el tipo de publicaciones que eran las mejores prácticas en cada formato.”



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



LinkedIn's Exclusive Ad Sales Partner In LatAm

www.imscorporate.com | linkedin@imscorporate.com | @IMSCorp