



ORACLE ORACLE

1,633,806 seguidores

Seguir



INTEGRATE. ACCELERATE. LEAD.

Oracle es una compañía que se dedica a impulsar la innovación mediante la implementación de tecnología para la simplificación y automatización del negocio. Ofrece una serie completa y totalmente integrada de aplicaciones de nube y de servicios de tecnología. Con más de 30 años de operaciones en la región y con sede en Miami, Oracle América Latina emplea funcionarios en oficinas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Perú, Puerto Rico y Venezuela.

CASO DE
ÉXITO

CASO DE ÉXITO

DESAFÍO

En el mes de julio la marca llevó a México uno de sus eventos más importantes: el **Oracle CloudWorld**, un encuentro que consiste en explicar a clientes y socios de negocio cómo la tecnología de la nube simplifica el buen curso de los negocios, y cuáles son los beneficios del cómputo de nube impulsado por las soluciones de la compañía.

Oracle tenía el desafío de **llegar a personas de negocios**, una audiencia no tan habitual para su core business, pero ante la que necesitaba posicionarse.

El Oracle CloudWorld abarcaba distintas disciplinas y tenía como objetivo alcanzar no sólo a perfiles de IT, sino también a directores de otras áreas como Marketing, Ventas, Servicio a Clientes, Comercio Electrónico, Finanzas, Recursos Humanos, que sean tomadores de decisiones.



SOLUCIÓN

En este contexto, la marca eligió LinkedIn para promocionar el evento y perseguir su reto más grande: hacer que el trabajo de los clientes sea más eficiente con el menor costo posible.

Oracle utilizó el formato **Sponsored Inmail**, a través del cual invitaban a los profesionales de diferentes áreas a asistir al Oracle CloudWorld que se realizaría el 9 de julio en la ciudad de México. El mensaje estaba especialmente dirigido a profesionales



SOLUCIÓN

de **Marketing, Ventas, Servicios, Finanzas, Operaciones, Recursos Humanos y Tecnología**. En este sentido, la opción de targeting elegida fue por función laboral y ubicación geográfica para llegar a profesionales de estas áreas dentro de México.

A través de este Inmail, la compañía motivó a la audiencia a interiorizarse acerca de cómo la Nube alteraría el futuro de su trabajo, y los invitó a registrarse sin costo en el evento con un call-to-action claro y directo.



Sponsored Inmail

The screenshot shows a LinkedIn Inmail interface. At the top, there's a search bar and navigation icons. The main content area displays an email from Oracle CloudWorld México, dated July 3, 2015, at 12:01 PM. The email is marked as 'Sponsored'. The body of the email includes a greeting 'Hola Estrella', a question '¿Has imaginado ya el futuro de tu negocio?', and an invitation to Oracle CloudWorld México on July 9. It lists several topics to be discussed, such as how the cloud will change work and business models. A yellow button at the bottom of the email says 'Regístrate sin costo hoy'.

RESULTADOS

SPONSORED INMAIL

50%
OPEN RATE

8%
CLICK RATE



CLAVES PARA EL ÉXITO



#01

Utilizar Sponsored Inmail

Con el formato Sponsored Inmail, las marcas pueden acercarse a su audiencia con mensajes directos en los que es posible volcar mayor cantidad de información, profundizando el mensaje y proponiendo diversas acciones mediante los Call-to-action adecuados. Oracle lo aprovechó para invitar a profesionales de diferentes áreas a registrarse en el evento, y darles más información al respecto.



#02

Usar un call-to-action atractivo para asegurar la acción por parte del usuario que recibe el mensaje. Dentro del Sponsored Inmail es posible incluir un Call-to-action que invite al usuario a realizar una acción y así enfatizar el mensaje y asegurar la interacción con el target objetivo. En el caso de Oracle, el llamado a la acción fue: "Regístrate sin costo hoy".



#03

Elegir la segmentación conveniente para alcanzar a la audiencia deseada.

Para segmentar correctamente a sus usuarios, LinkedIn tiene en cuenta el contenido profesional que buscan y comparten, la experiencia con la que cuentan, el área de conocimiento, su formación, y otras actividades que cada perfil realiza para definir su espacio de navegación y optimizar su visita en la red. Según sus intereses, Oracle apuntó a directivos de las áreas de Marketing, Ventas, Servicios, Finanzas, Operaciones, Recursos Humanos y Tecnología.



TESTIMONIO

Luz Maria Murguía Martínez

Directora de Mercadotecnia - Oracle de México

“La participación de perfiles de negocios en Oracle CloudWorld superó las expectativas, ayudando a posicionar la marca Oracle frente a una nueva audiencia que día a día toma más decisiones propias en compras de tecnología. LinkedIn fue clave para alcanzar a esa audiencia y lograr nuestro objetivo”



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](https://www.linkedin.com/company/imscorporate) | @IMSCorp