



Casos de éxito

B2B

Educativo

RRSS

INTRODUCCIÓN

Hoy en día los negocios tienen un interés común de transformar sus esfuerzos de marketing y posicionamiento digital en ventas. **En Impactum buscamos ayudarlos en su crecimiento bajo la metodología Inbound** que busca ofrecer contenido útil para atraer e interactuar con su audiencia mientras *avanzan de prospectos a cliente*.

En este documento, **podrás conocer casos de éxito sobre cómo ayudamos a crecer a empresas** del sector educativo, Startups, Business to Business (B2B) y Business to Customer (B2C), a través de una estrategia de contenido sólida con la que aumentó el crecimiento directamente en áreas como:

- **Generación de base de datos con leads calificados**
- **Incremento en conversión de lead a oportunidad, y de oportunidad a cierre**
- **Ticket promedio**
- **Posicionamiento SEO en buscadores**
- **Crecimiento en redes sociales**
- **Optimización del proceso comercial para eliminar fricciones en el embudo de ventas (Sales Enablement)**

ÍNDICE

5. ¿Qué tanto ha crecido cada industria con nosotros?

7. Negocios B2B pudieron posicionarse digitalmente con nuestra orientación

8. GRUPO C&H

10. DATAWARE

12. FLEXIO

15. Instituciones educativas que mejoraron sus resultados con nosotros

16. COLEGIO WASHINGTON

18. JUSTO SIERRA

20. VIKTOR FRANKL

22. UNIVERSIDAD CUAUHTÉMOC DE QUERÉTARO

25. Empresas a quienes ayudamos a crecer en RRSS

26. CANON

27. CAREERS FOR LIFE



Glosario:

- **Alcance:** Número de personas que vieron el contenido, una publicación o una página según sea el caso.
- **Impresiones:** Número de veces que se ha mostrado una entrada de blog en internet o una publicación en el feed de un usuario.
- **Interacciones:** Suma de los totales de reacciones (*incluidos me gusta*), comentarios y veces en las que se comparte un contenido.
- **Engagement:** Tasa de interacciones recibidas por cada 100 impresiones generadas ($(Interacciones / alcance) * 100$)
- **Clics totales:** Número de veces que los usuarios han hecho clic para llegar a tu sitio web.



**¿Qué tanto ha crecido
cada industria con
nosotros?**



Esto es el cómo hemos **IMPACTADO** en los resultados de las diferentes industrias:

Estrategia de contenido en RRSS para sector B2B (de 8 a 12 meses)

29x más	Likes
182x más	Vistas
300x más	Impresiones
28% más	Engagement
129x más	Interacciones

Estrategia de Posicionamiento SEO+CRO para sector B2B (de 8 a 12 meses)

2,500x más	Clics totales
3,800x más	Impresiones
300,000x más	Vistas totales

Estrategia de Posicionamiento SEO+CRO para sector educativo (de 3 a 6 meses)

13,500x más	Clics totales
167x más	Visitas
2500x más	Impresiones
442x más	Sesiones totales

X = Veces

**Negocios B2B pudieron
posicionarse digitalmente
con nuestra orientación**



A man in a dark suit and glasses stands on a balcony, looking out over a city skyline at night. The city lights are blurred in the background. In the foreground, there is a wooden chair and a table. Overlaid on the center of the image is a large, dark red logo consisting of the letters 'C' and 'H' with an ampersand '&' between them, followed by a registered trademark symbol '®'.

C&H[®]



Empresa experta en gestión de capital humano en México con 20 años de trayectoria, expertos en **reclutamiento y selección**, maquila de nómina, tercerización y financiamiento de nómina.

En 2018, la presidencia de la empresa investigó en las tendencias nuevas en el mercado para darle un **refresh a la marca**, se encontró con que algunos de la **competencia intentaban mejorar su comunicación hacia el mercado por medio del Inbound MKT**.

Es así que **Grupo C&H** comienza a **conseguir métricas reales sobre las inversiones en su esfuerzo digital** por **generar más leads** y lo que es más a generar **más SQL y conversiones a ventas**.



PROBLEMA

La única manera real de prospección que se tenía era por medio de la **fuerza de ventas**, las ventas se mantenían constantes; sin embargo, el crecimiento en “negocio nuevo” se mantuvo desde 2016 en un 4%.



SOLUCIÓN

- **Se generó contenido de valor** con base en los problemas de sus Buyer Persona. Éste fue usado en
- Automatización de marketing para nutrir la base de datos y mantenerla tibia
 - En seguimiento comercial
 - En anuncios de paga
 - En canales digitales orgánicos y de paga para generación de leads.
- **Se implementó el uso de un CRM** para hacer una labor de ventas personalizada
- Se generó un proceso **comercial alineado a la estrategia de marketing** y un seguimiento introductorio a este para alinear Marketing y ventas.
- Se tenían juntas periódicas para **alinear** las expectativas y resultados de **marketing y ventas**



RESULTADOS

+384

Crecimiento en
Generación de Leads

+25% Prospectos
Calificados

Conversión de leads a
prospectos 100% calificados
(SQLs)

1.85x

De **Crecimiento** en Ticket
promedio



DataWare®
Innovación en consultoría tecnológica



PROBLEMA

Llegaron con nosotros con la **necesidad de generar una estrategia con estructura**, que los ayudará a **posicionar la marca en internet** y a **generar prospectos de manera sostenida, sin depender de fuertes y constantes inversiones**, para lograrlo. Ya habían escuchado el Inbound Marketing y fue por ello que eligieron contratarnos para apoyarles a diseñar las tácticas y acompañarlos en la implementación.



SOLUCIÓN

- Se analizó los retos y necesidades de los departamentos de marketing y ventas a través de un **“Growth Plan”**, definiendo así un **plan de acción claro y acorde a las necesidades específicas de la empresa**.
- **Realizamos una estrategia de posicionamiento con contenido B2B**, a través de los blogs.
- Trabajamos la parte de la conversión a través de la **implementación de caminos de conversión** eficientes, así como un Workflow para conocer lo que el cliente requiere.
- Agregamos el **uso de CTAs**, formularios y mailing para incrementar la conversión en sus estrategias orgánica y de pago.



RESULTADOS

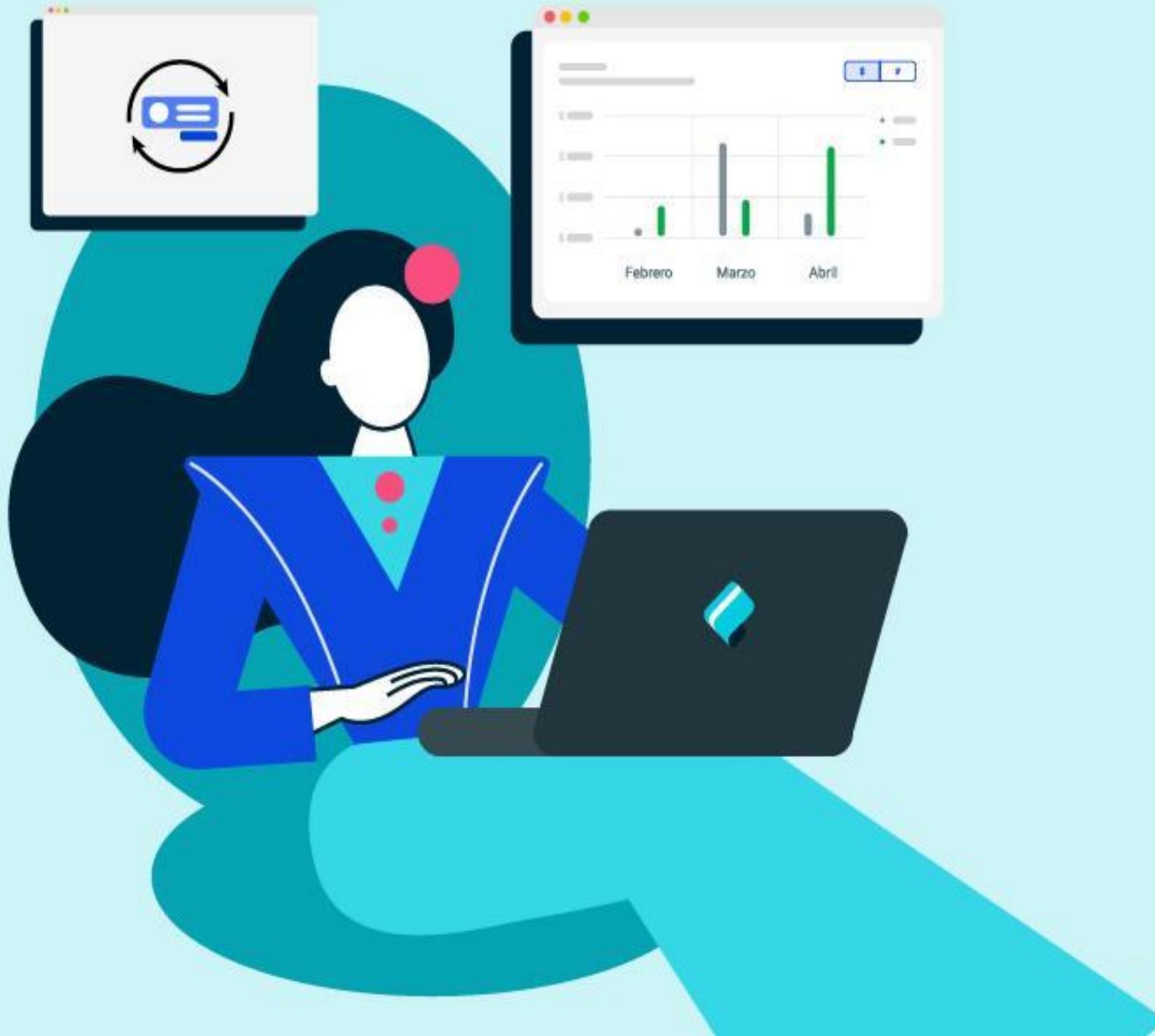
94% Clics
totales

Demostrando un **incremento y empatía entre lo que el cliente requiere** y Dataware ofrece. E **incrementando las oportunidades de venta**.

+108.53%

Impresiones

Gracias a la **estrategia de contenido**. Ayudando de esta forma al **posicionamiento de marca** en buscadores.





Startup que busca **mejorar los procesos administrativos** de las PYMES. Actualmente enfocado en ayudar a **solucionar el proceso de cobranza** para empresas, y tener **visibilidad de su flujo de efectivo** de manera sencilla.



PROBLEMA

Al ser una Startup, desde un inicio estaban convencidos de que requerían una estrategia de Inbound Marketing como parte de su estrategia de crecimiento. Por lo que nos buscaron para apoyarles a **generar las tácticas y acompañarlos en la implementación** de las mismas, para lograr **posicionamiento, generación de demanda y nutrición de la base de datos** para mantenerla “tibia” y facilitar así el proceso comercial.



SOLUCIÓN

- Realizamos una **Estrategia de contenido** para blog, acorde a los Buyer Persona, para buscar posicionamiento en internet.
- Se diseñó una **estrategia para generar base de datos** en la parte alta, media y baja del embudo. Misma que se difunde a través del contenido orgánico y en anuncios.
- Se diseñó e implementó un **flujo de comunicación automatizado** con los prospectos, acorde a su etapa de ciclo de vida, para ayudarlos a **avanzar en el embudo comercial**.
- **Optimizamos el copy** que se estaba utilizando, para ser más claros con la oferta de valor

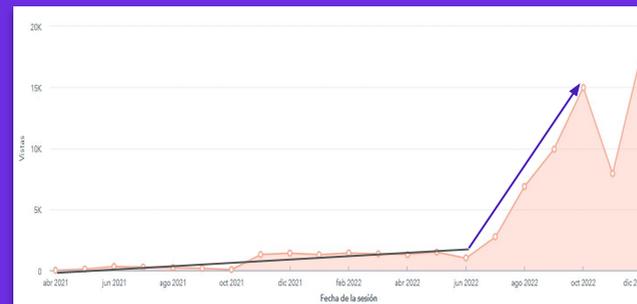


RESULTADOS

+2760.53%

Visitas al blog

Gracias a la **constancia, optimización SEO** y optimización de **CRO**.



+597,100%

Visitas a Landing Page

Gracias a la **estrategia de difusión orgánica y pagada**, y optimizaciones pensadas en: difusión y conversión.

Alcanzar tus metas empresariales puede ser más que un sueño. Es posible cumplirlas **con una estrategia personalizada** y acorde a las necesidades de tu negocio.

¡En Impactum podemos asesorarte a trazar el camino! Agenda una cita dando clic aquí:



The advertisement features a laptop on the left displaying a group of four business professionals in a meeting. To the right, the Impactum logo is in the top right corner. Below it, the text asks if the viewer is still searching for a perfect digital or commercial strategy and encourages them to get closer to the company. A prominent orange button with a white cursor icon and the text 'Quiero agendar mi asesoría' is positioned at the bottom right.

Impactum
Grow better

¿Sigues buscando la estrategia digital o comercial perfecta para tu negocio? ¡Acércate a nosotros!

 **Quiero agendar mi asesoría**

Instituciones educativas que mejoraron sus resultados con nosotros



colegio WASHINGTON





Colegio privado de Querétaro, con los **niveles de preescolar, primaria y secundaria**. Ofrece un **programa bicultural de enseñanza integral, mixta, laica** y siempre a la vanguardia tecnológica; con un enfoque con amor y alegría.

Es el **primer colegio Apple Distinguished School**, gracias a su continua innovación en el aprendizaje, la enseñanza y el ambiente educativo.



PROBLEMA

Estaban **buscando una estrategia que empatara con su filosofía** de la empresa (innovación y cariño por lo que haces y por la gente) y los **ayudara a lograr sus metas de crecimiento**.

Ya habían intentado varias estrategias tradicionales de anuncios, pero no terminaban de convencerlos, pues a pesar de tener varios años en el mercado, **no crecían como ellos esperaban**.

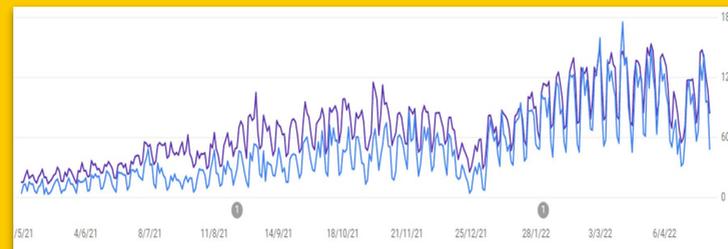
Al enterarse de Inbound Marketing, el cual se centra en entender 100% a tu cliente y de ahí partir al cómo comunicar para posicionarse y generar demanda, decidieron implementarlo.



RESULTADOS

+749% Clics
Totales

Demostrando un **incremento y empatía** entre lo que el cliente requiere y Colegio Washington ofrece. E **incrementando las oportunidades de inscritos**.



+3675%
Impresiones

Gracias a la **estrategia de contenido**. Ayudando de esta forma al **posicionamiento** de marca en buscadores.



SOLUCIÓN

- Iniciamos por el **entendimiento de sus metas y retos, con un Growth Plan**. ¿Qué habían hecho? ¿Qué fricciones había en el proceso, que no dejaban avanzar tan suave como se esperaba? ¿Qué debíamos cambiar, mejorar o potenciar?. Resultando en un **plan de acción claro y específico**.
- Implementamos una **Estrategia de Contenido** a través de blog, con lo que logramos posicionamiento en buscadores.
- Cada ciertos periodos, se hacían **optimizaciones SEO** (posicionamiento) **y de CRO** (conversión) para mejorar resultados.
- Se diseñó una **estrategia para generar base de datos** en la parte alta, media y baja del embudo. Misma que se difunde a través del contenido orgánico y en anuncios.
- **Se alineó la estrategia de marketing, con la que llevaba el equipo comercial** para generar una línea de comunicación coherente con los prospectos y mejorar las oportunidades de cierre.



Justo Sierra



Justo Sierra

Institución educativa privada en CDMX y Estado de México, con más de 57 años de experiencia. Cuenta con los niveles de **Jardín de niños, Primaria, Secundaria, Preparatoria, Bachillerato, Universidad y Posgrados.**



PROBLEMA

Ya habían intentado lo tradicional: anuncios en Google y en Facebook, espectaculares, fliers, pero tenían la intuición de que podían **crecer a un ritmo más acelerado** de lo que estaban haciendo hasta ahora. Quería mejorar el posicionamiento de su marca en internet, incrementar el número de leads que tenían y mejorar su porcentaje de inscritos. **Todo el combo para poder crecer mejor.**



SOLUCIÓN

- Implementamos una **Estrategia de Contenido** con blogs para buscar el posicionamiento en internet y reducir el costo de sus anuncios en Google.
- Se diseñó una **estrategia para generar base de datos** en la parte alta, media y baja del embudo. Misma que se difunde a través del contenido orgánico y en anuncios.
- Cada ciertos periodos, se hacían **optimizaciones SEO** (posicionamiento) **y de CRO** (conversión) para mejorar resultados, lo que nos permitió **elegir el número de Leads con contenido orgánico**, respecto al primer año.
- Implementamos un **proceso de nutrición de base de datos** con correos automatizados para mantener “tibios” a los prospectos y empujarlos hacia el final del embudo.
- **Diseñamos un proceso comercial e implementamos el CRM de Hubspot** con todos los asesores.
- Brindamos **acompañamiento sumamente cercano con el equipo comercial** para el entendimiento de la plataforma, las métricas y los procesos. **Mejorando los % de conversión a inscrito año con año.**



RESULTADOS

57% **Inscritos**
provenientes de
medios digitales

Comparado con el primer año que fue un 40%. Esto gracias a los **esfuerzos orgánicos y pagados**, con una alineación clara en lo que se difunde, cómo y cuándo, **acorde al buyer persona.**

+112.59%
Clics Totales

Demostrando un incremento y empatía entre lo que el cliente requiere y Justo Sierra ofrece. **E incrementando las oportunidades de inscritos.**

+92.84%
Impresiones

Gracias a la estrategia de contenido. Ayudando de esta forma al **posicionamiento** de marca en buscadores.



Viktor Frankl

Preescolar - Primaria - Secundaria

Colegio privado de Querétaro enfocado en **brindar una experiencia de aprendizaje colaborativa, divertida, cordial y significativa**, para ayudar a los niños a desarrollar competencias Socio-Emocionales como el Autoconocimiento, Autorregulación, Autonomía Emocional, Empatía y Habilidad Social, las cuales permiten a cualquier ser humano consolidar desde hoy una vida en balance para experimentar un futuro con mayor bienestar.



PROBLEMA

Buscaban consolidar su proceso comercial y aprovechar herramientas que les permitieran ser más eficientes, como un CRM. Así mismo, buscaban **darle un giro a su estrategia de prospección**, estaban creciendo, pero no como ellos quisieran; querían renovarlo todo: su marketing y sus ventas.



SOLUCIÓN

- Definimos un **plan de acción claro** y específico a través de un **Growth Plan**: nuestro proceso para entender sus retos, metas y su entorno, para ligar cada táctica de manera lógica.
- Logramos un buen **posicionamiento** en los buscadores gracias a la **estrategia de contenido**, que se dirigió al público adecuado con el mensaje indicado.
- Implementamos un **proceso de nutrición de base de datos** con correos automatizados para mantener “tibios” a los prospectos y empujarlos hacia el final del embudo.
- Se diseñó una **estrategia para generar base de datos** en la parte alta, media y baja del embudo. Misma que se difunde a través del contenido orgánico y en anuncios.
- **Implementamos el CRM de HubSpot, capacitando** a todo el equipo de inscripciones y brindando un **acompañamiento muy cercano** para el entendimiento de la plataforma, del proceso comercial, de las métricas y de la importancia de la comunicación oportuna entre equipos.



RESULTADOS

59% Inscritos
provenientes de
medios digitales

Esto gracias a los **esfuerzos orgánicos y pagados**, con una alineación clara en lo que se difunde, cómo y cuándo, **acorde al buyer persona y estacionalidad del Colegio**.

+112.59%
Clics Totales

Demostrando un incremento y empatía entre lo que el cliente requiere y Viktor Frankl ofrece. E **incrementando las oportunidades de inscritos**.

+214%
Impresiones

Gracias a la estrategia de contenido. Ayudando de esta forma al **posicionamiento** de marca en internet.





PROBLEMA

A pesar de que contaban con presencia digital, esta se limitaba a publicaciones en redes sociales enfocadas a promocionar las distintas carreras y programas de la universidad; y la página web no contaba con **contenido para aumentar su tráfico orgánico**.

Tras notar una pérdida de efectividad en los medios tradicionales, que típicamente se usaban para promover la universidad, **se identificó un aumento en su costo por prospecto**, y, por lo tanto, su inversión en promoción, lo cual los llevó a buscar un cambio.



SOLUCIÓN

- Se realizó un **análisis de sus Buyer Persona** por nivel educativo.
- Se implementó una **Estrategia de Contenido** en quienes buscaban inscribir (Buyer Persona) y cómo decidían universidad ellos (Buyer Journey).
- Se diseñó una **estrategia para generar base de datos** en la parte alta, media y baja del embudo. Misma que se difunde a través del contenido orgánico y en anuncios.
- Implementamos un **proceso de nutrición de base de datos** con correos automatizados para mantener “tibios” a los prospectos y empujarlos hacia el final del embudo.
- Definimos un **proceso de inscripciones estandarizado**, e implementamos materiales para seguimiento con prospectos a través de plantillas y secuencias.
- Se estableció el **uso de CRM de Hubspot**. **Se capacitó y certificó** a todo el equipo y se daban **seguimientos periódicos** con el Gerente comercial y la Directora de Comunicación.



RESULTADOS

+4000%

Búsqueda orgánica

A través de una estrategia de contenido, ayudando de esta forma al **posicionamiento** de marca en internet.

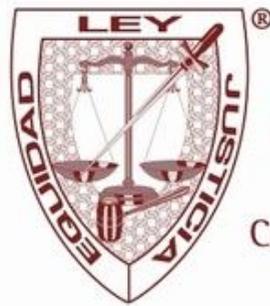
22.3%

Leads que vinieron de medios digitales y esfuerzos orgánicos

Gracias al completo entendimiento del Buyer Persona, su Buyer Journey y la estrategia de contenido.

200% Crecimiento anual

Gracias a la **alineación del equipo de Marketing y ventas**; al uso de CRM para automatizar y estandarizar procesos y métricas.



CESCIJUC[®]
Centro de Estudios Superiores en Ciencias Jurídicas y Criminológicas



PROBLEMA

Son una institución con 17 planteles en 8 estados de la república, por lo que buscaban **mejorar sus estrategias de adquisición de prospectos** con medios digitales. En un inicio no tenían certeza de qué requerían exactamente, pero sabían que debían mejorar sus **tácticas para generación de demanda y cierre de inscritos**; y debía ser algo que pudiera implementarse, y generar resultados, en todos sus planteles.



SOLUCIÓN

- Definimos un **plan de acción claro** y específico a través de un **Growth Plan**: nuestro proceso para entender sus retos, metas y su entorno, para ligar cada táctica de manera lógica.
- Logramos un buen **posicionamiento** en los buscadores gracias a la **estrategia de contenido**, que se dirigió al público adecuado con el mensaje indicado.
- **Implementamos el CRM de HubSpot, capacitando** a todo el equipo de inscripciones y brindando un **acompañamiento muy cercano** para el entendimiento de la plataforma, del proceso comercial, de las métricas y de la importancia de la comunicación oportuna entre equipos.



RESULTADOS

67%

De las **Búsquedas** son de **fuentes orgánicas**

A partir de la correcta optimización de contenido y **posicionamiento SEO**

48%

De los **Leads generados**, son de **fuentes orgánicas**.

A partir de la correcta estructuración del **Buyer Persona** y **Buyer Journey**

+3.2 M

Visitas al Blog

3,207,767 Visitas registradas en el **Blog**, esto se logró gracias a una **Estrategia de Contenido** para el **posicionamiento SEO**

Sí buscas una estrategia de redes sociales o sí tienes dudas para lograr tus metas de posicionamiento digital, **te invitamos a realizar un test diagnóstico** y descubrir tu estrategia personalizada

Da clic en el siguiente botón y descubre cómo agilizar las ventas de tu negocio



The advertisement features a dark blue background with a grid of small white dots. On the left, a tablet displays a man in a dark jacket sitting at a desk with a laptop, looking at his smartphone. On the right, the text reads: "Realiza nuestro test diagnóstico para descubrir **cuáles son los errores de tu empresa** y cómo puedes ayudarla." Below this text is an orange button with a white cursor icon pointing to it. The button contains a small icon of a document with a checkmark and the text "Realizar el test gratuito". The ipactum logo is in the top right corner of the ad.

Realiza nuestro test diagnóstico para descubrir **cuáles son los errores de tu empresa** y cómo puedes ayudarla.



Empresas a quienes ayudamos a crecer en RRSS



Canon



PROBLEMA

Requerían que su línea de impresoras, escáneres y multifuncionales tuviera **mayor visibilidad y entendimiento de sus ventajas respecto a sus competidores** para poder **incrementar su demanda** y avanzar mejor hacia sus metas comerciales.



SOLUCIÓN

- Se planteó una estrategia 360ª donde se buscaba incrementar su **posicionamiento web, su alcance de marca** en redes sociales y como resultado, su **mejora en generación de demanda**.
- Para redes sociales, realizamos un **análisis de la marca, sus usuarios y sus competidores**, con lo cual se definió el **formato** del contenido, logrando incrementar el engagement, alcance, e interacciones. Y al **usar el conocimiento obtenido en lo orgánico para la estrategia de anuncios, se incrementaron sus conversiones** respecto a estrategias pasadas que venían implementando.



RESULTADOS

Desde los **primeros 3 meses** se obtuvo **incremento en todas las métricas**. Algunas de las más relevantes en **Redes Sociales**, son:

+300.35%
Impresiones

Logrando que su **marca** llegue a **más personas**.

+128.94%
Interacciones

Logrando hacer más **atractivo el contenido**, la gente ha reaccionado más a este.

+27.71%
Engagement

Logrando que su **comunidad** se sienta **más conectada con la marca**.





Empresa de educación vocacional que **ayuda a las personas a descubrir sus habilidades y fortalezas** a través de una metodología diseñada por ellos, que mediante tests y ciertas dinámicas y ejercicios especializados, el usuario logra descubrir cómo potenciar sus talentos. Esto aplicado para estudiantes que buscan elegir su carrera profesional o bien para profesionistas que buscan en qué puestos podrían desempeñarse mejor.



PROBLEMA

Colaboramos con con esta empresa **iniciando de cero** y aún estaban definiendo varios aspectos tanto del negocio como de la marca: a quién se dirigirían, cómo, y cómo se verían.

Ya tenían redes sociales, pero lo hacían sin una imagen unificada y de manera **improvisada**. Buscaban una agencia que les ayudará a darle **estructura a su estrategia de Marketing**.



SOLUCIÓN

- **Elaboramos un branding completo**, desde el diseño de logotipo hasta el diseño de marca.
- Definimos los **pilares de su comunicación** y distintos aspectos que debían considerar para todas sus herramientas: sitio web, redes sociales y procesos comerciales.
- Finalmente, les ayudamos con la profesionalización de sus redes sociales logrando **incremento en sus números con acciones 100% orgánicas**.



RESULTADOS

100% Imagen de marca

Obtuvieron una **imagen y personalidad de marca** clara. Así como **estandarización en su forma de comunicación**.

+56% Me gusta en la página

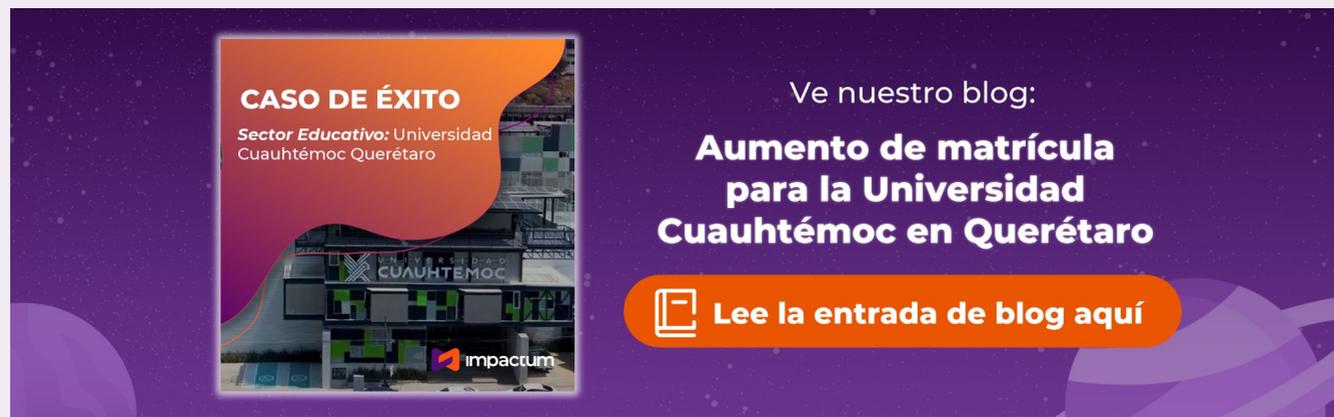
Crecieron los “me gusta” a la página con **acciones 100% orgánicas**. Demostrando una **mejor claridad del público objetivo**.

+7% Seguidores

Logrando que su **comunidad** se sienta **más conectada con la marca**.

¿Buscas agilizar las ventas en tu institución académica? **Toma como inspiración lo que la Universidad Cuauhtémoc en Querétaro** ha logrado tras implementar **una estrategia de contenido digital con nosotros.**

¡Conoce la historia completa, dando clic aquí!



CASO DE ÉXITO
Sector Educativo: Universidad Cuauhtémoc Querétaro

Ve nuestro blog:
Aumento de matrícula para la Universidad Cuauhtémoc en Querétaro

Lee la entrada de blog aquí