

Caso de éxito



Chakray

Cómo el Inbound Marketing puede aumentar un 600% el tráfico de una web IT

La empresa

Chakray es una consultoría internacional de IT especializada en implementaciones WSO2. La principal ventaja de Chakray es la alta especialización de sus consultores que cuentan con una gran experiencia en integración. Son expertos de alto nivel capaces de solucionar los más complejos requerimientos IT de las empresas. Además, Chakray es Premier Partner de WSO2, una plataforma empresarial que además de ofrecer integración total, permite que las empresas que lo utilizan puedan crear, integrar, administrar, proteger y analizar sus API, aplicaciones y servicios Web.

La alta especialización de la empresa y el nivel de experiencia de su equipo hace que **sean los mejores en su campo**, pero a nivel comercial es un reto aumentar los leads. Los servicios que ofrece Chakray son muy específicos y conectar con su público objetivo es un desafío.

Resultados sin cambiar de web... ¡ni paid media!

Son demasiadas las empresas que creen que los problemas de tráfico, optimización o conversión de una web se solucionan construyendo una nueva página. Chakray era consciente de que contaba con una web desactualizada, pero crear una nueva página no estaba entre las prioridades de la empresa.

Con unos cambios menores su web empezó a obtener resultados desde el primer mes, convirtiéndose en una página más productiva y alineada con los objetivos de la empresa. En solo 14 meses Chakray consiguió un:

Incremento del **tráfico web** del

664%

8.285 frente a 1.085 visitas a página

Aumento de **tráfico web orgánico** en un

3421%

de 133 sesiones a 4684 sesiones

Aumento en el **porcentaje de conversión** de la página en un

383%

de 0,33% a 1,45%



*Es un error común pensar que no estamos consiguiendo resultados porque necesitamos una nueva página web. **¡Lo que necesitamos es una estrategia!** Chakray tenía claro que quería resultados y priorizar en invertir en una estrategia que los consiguiera ha sido la clave de su éxito.”*



María Dómine

Responsable de proyecto Chakray

¿Por qué el Inbound Marketing es una buena idea para Chakray y el sector IT?

Cambiar o incorporar alguna novedad al IT de una empresa no es una decisión que podamos tomar a la ligera. Los responsables IT de las empresas se llenan de dudas, preguntas y temores que intentan resolver a través de internet. Deben de tomar una decisión importante y para tomarla necesitan realizar una buena investigación previa. Además, los responsables IT de una empresa, tienen una dificultad añadida: es un sector en cambio constante. Las nuevas tecnologías irrumpen en el mercado constantemente. Para estar al día en el sector IT necesitamos estar continuamente formándonos y buscando en Google.

El Inbound Marketing nos permite adelantarnos a esas consultas y formar a nuestro público objetivo a través de posts perfectamente posicionados en buscadores, ¡incluso antes de que descubran cuál es la solución a su problema! Una vez lleguen a nuestra página web, nuestro objetivo es conseguir leads para no perder el contacto con nuestro tráfico y así poder acercarlos hacia la venta.

Además, el Inbound supone un gran ahorro de costes en comparación a otro tipo de estrategias online. **El sector IT es uno de los sectores con precios más desorbitados en paid media.** Intentar capturar tráfico de esas palabras clave a través de AdWords sería una estrategia tremendamente ineficiente.

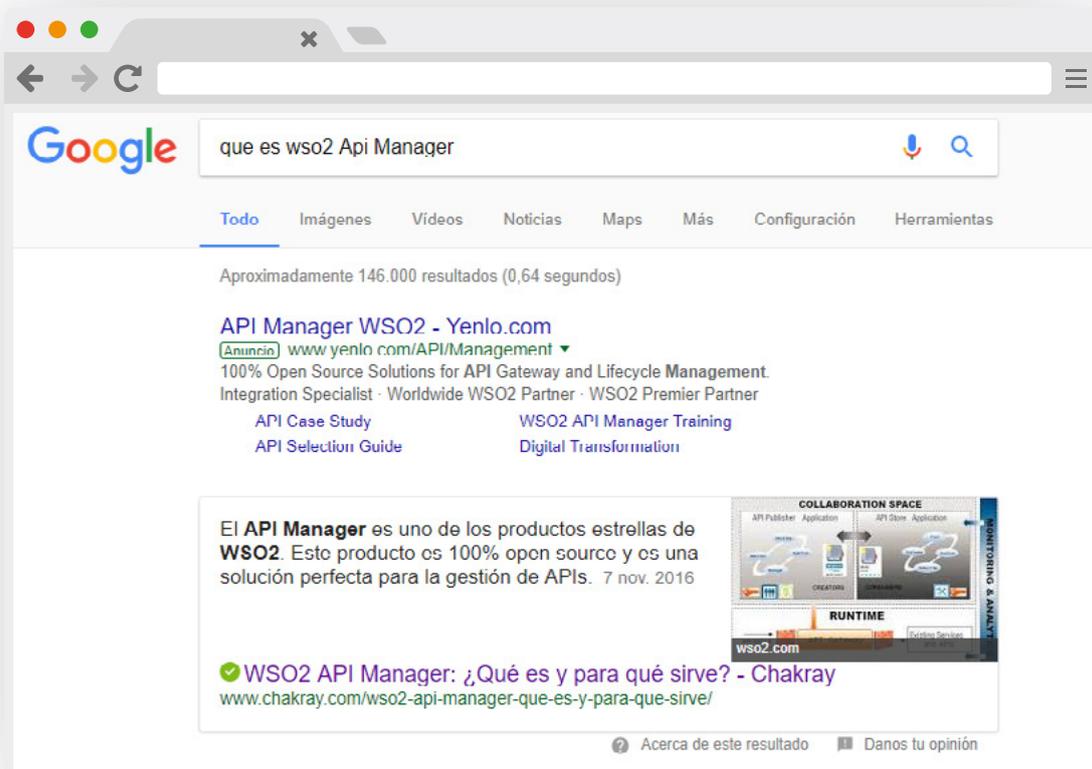


La estrategia

WSO2: Un gran desconocido y una gran oportunidad

WSO2 es un gran producto, pero también un gran desconocido. Parte de nuestro público objetivo ha oído los grandes beneficios que esta solución puede tener para su empresa, pero todavía tienen muchas dudas sobre el tema y sobre cómo podrían aplicarlo a su caso. Esta inquietud fue una gran oportunidad para Chakray.

Gracias al Inbound Marketing, Chakray ha podido sacar pecho de todo su conocimiento en WSO2 y posicionarse como todo un referente de esta tecnología en habla hispana. En la web de Chakray podemos encontrar una gran cantidad de información sobre WSO2 en formato de ebook, posts e infografías. Algo que nos ha ayudado a incrementar nuestro tráfico y nuestro número de leads, pero sobre todo que ha conseguido posicionar a Chakray como lo que es: el mejor Partner de WSO2 en España.

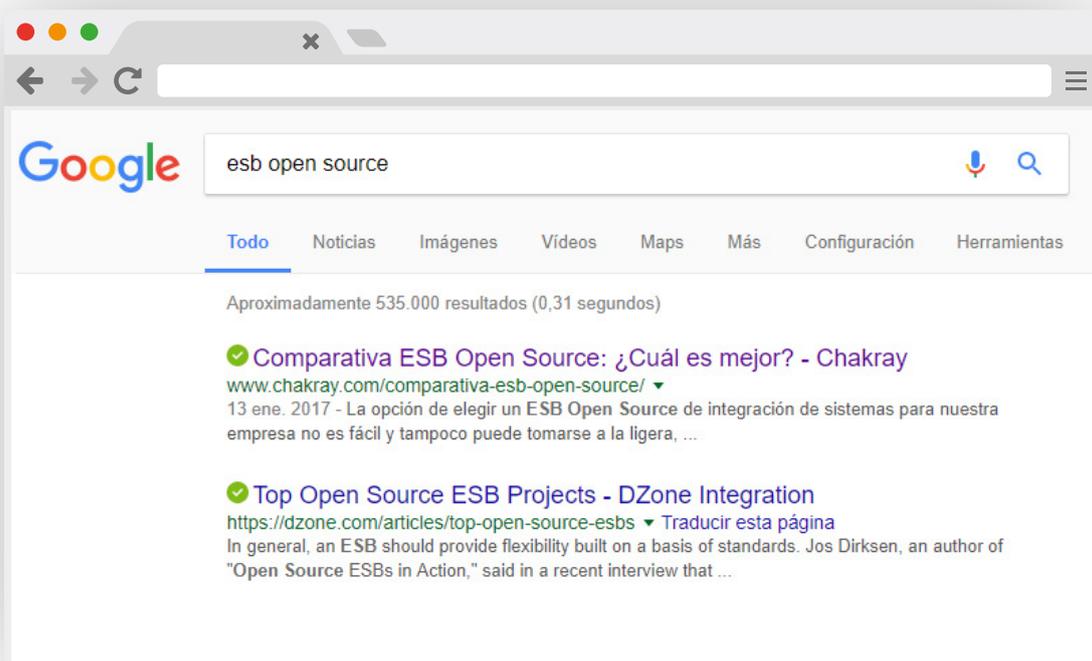


No solo de WSO2 vive el Inbound

Las búsquedas relacionadas con WSO2 son muy valiosas. El tráfico que realiza estas búsquedas ya conoce la tecnología y además está interesado en ella. De todas formas, si solo nos centramos en este tipo de búsquedas nos estamos perdiendo una gran parte del pastel. No estamos atendiendo a todas aquellas personas que buscan una solución que WSO2 puede ofrecerles pero todavía no la conocen.

Este tipo de palabras son todo un reto. Son palabras que registran un gran número de búsquedas, pero también una gran competencia. Posicionarnos por estas palabras clave nos ayuda a generar tráfico de interés muy segmentado y que conseguir aumentar nuestras visitas a través de campañas de AdWords y otras herramientas de Paid Media exigiría grandes presupuestos.

¿Cuánto valdría conseguir más de 7000 visitas mensuales en paid media para el sector IT? A una media de 2,50 euros por click, AdWords no es una estrategia eficiente para este tipo de sector. El Inbound Marketing es la solución con el mejor ROI para generar tráfico para el sector IT. Si Chakray hubiese decidido llevar a cabo una estrategia de Paid Media, tendría que invertir 17,500 euros mensuales para obtener los mismos resultados de tráfico. Con el Inbound Marketing la inversión ha sido muchísimo menor y lo más importante es que es una inversión a largo plazo. Aunque el mes que viene decidieran dejar de invertir en la estrategia mantendrían sus visitas mensuales.



*El sector IT es un sector perfecto para el Inbound Marketing. Chakray es un claro ejemplo de ello. En este caso WSO2 suponía una oportunidad perfecta para crear contenido, pero también era vital atacar a palabras clave más generales. **Siempre hay que tener los ojos abiertos para encontrar nuevas oportunidades por las que posicionarnos.** ¿El resultado? Un 600% más de tráfico que crece mes a mes con una tasa de conversión del 1,4%.*

El proyecto paso a paso

El Inbound Marketing ha hecho posible que Chakray multiplicara por 7 su tráfico web además de mejorar la conversión de la web con picos de hasta el 4%. ¿Cómo lo hicimos?:

1) Puesta a punto de la web

Como hemos comentado en apartados anteriores. El cambio web de Chakray no era algo prioritario, lo que necesitaba eran resultados. Para ello, solo se realizaron dos cambios web con el objetivo de mejorar la conversión; el primero de ellos fue añadir un CTA en la home, y el segundo fue incorporar un plugin para poder añadir, modificar y monitorizar Pop up CTAs en nuestra web fácilmente. Estas medidas nos han ayudado a que nuestra web obtenga **de 3 leads mensuales a más de un centenar cada mes**. El porcentaje de conversión ha aumentado **de un 0'33% a un 1,43% habiendo meses que la conversión ha llegado hasta el 4%**.

2) Estrategia SEO y de contenido

Sin poder realizar cambios SEOs en el resto de la web, el [blog de Chakray](#) ha sido nuestro gran aliado para el aumento de tráfico. Identificar las palabras clave correctas y de interés para nuestro Buyer Persona es vital para conseguir el mejor tráfico web. Si identificamos correctamente las oportunidades no solo conseguiremos tráfico, sino que conseguiremos visitas de calidad y altamente segmentadas. Elaborando una cuidadosa estrategia de contenidos, hemos podido conseguir una web mejor posicionada en buscadores ¡sin tener que cambiarla!

El tráfico orgánico de la web de Chakray **ha crecido de 133 a 4.684 sesiones mensuales. Lo que supone un crecimiento de 3421%**.



3) Redes Sociales

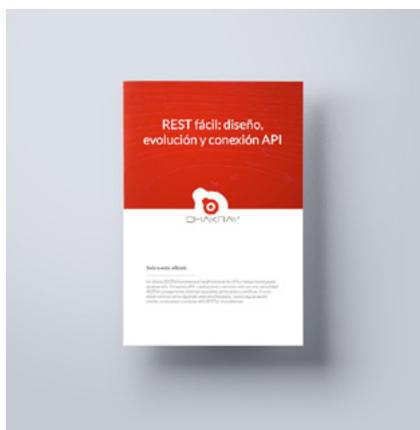
¿Crees que las redes sociales no son para tu empresa? Pueden ser un gran apoyo para generar tráfico y para que nuestra empresas o marca tenga más visibilidad. Para que nuestra actividad en redes tenga resultados, deberemos actuar en las redes sociales de interés para nuestro público objetivo. En el caso de Chakray se desestimaron redes populares como son Facebook e Instagram, en cambio otras redes como LinkedIn y Twitter sí han sido útiles para la estrategia. Ambas nos han ayudado, no solo a captar tráfico para nuestra web, sino también a generar leads. Además, también han trabajado en aumentar nuestro alcance. Aun sin ser una parte fundamental de la estrategia, nuestro alcance en redes sociales ha aumentado **de 564 seguidores a 1576, incrementando en un 180%** nuestros seguidores.

4) Ebooks

Los ebook nos ayudan a ofrecer más valor a nuestro tráfico web y a madurar nuestros leads. Este tipo de contenido también son fundamental para la generación de contactos. Durante el último año, Chakray ha publicado 9 ebooks que han ayudado a **aumentar la base de datos en un 313%, de 406 a 1273**. Cada uno de nuestros ebooks siguen generando conversiones mes a mes.



[Reduce los costes de tu infraestructura y aumenta su agilidad con WSO2](#)



[Mejora tus APIs con un diseño RESTful](#)



[Conoce cómo implementar una arquitectura de microservices](#)

El gran inicio de Chakray en el Inbound Marketing

El Inbound Marketing no siempre tiene que suponer una gran inversión para nuestro proyecto. Chakray sabía que necesitaba una estrategia para generar tráfico en su web y aumentar su base de datos. Aunque conocían que el Inbound era el camino, el equipo no podía comprometerse en ese momento a realizar una nueva web – dado que no podían invertir el tiempo necesario en el desarrollo del proyecto.

Es cierto, que la web con la que contaban hasta el momento no era la ideal y restringía las posibilidades del proyecto. Aun así, no fue una excusa para no poder conseguir resultados. Durante el primer año, Chakray ha podido multiplicar por 7 el tráfico de su web en los diversos mercados objetivos. Además, la conversión de su web también se ha visto disparada, llegando a picos del 4% y con una conversión mensual del 1,45%.

Tras el éxito del periodo anterior, Chakray ha estrenado una nueva web para seguir mejorando sus resultados. Este proyecto tuvo como objetivo conseguir una página web totalmente optimizada y que esté en paralelo con los actuales objetivos del negocio.



En 14 meses, Connexxt multiplicó por seis las visitas a nuestra página y aumentó nuestra base de datos en un 155%.”



Javier Rul
CEO de Chakray

CONNEXT

COMUNICACIÓN DIGITAL

✉ info@connext.es • www.connext.es

