

CASE STUDY

El impulso de marca que ha marcado a The Bridge gracias a sus estrategias de vídeos secuenciales.



Aceleradora de talento digital que ofrece programas de formación en áreas como ciberseguridad, data science y desarrollo web adaptados a las necesidades del mercado laboral actual. - <https://thebridge.tech/>



El reto

En su ambición por incrementar su volumen de matriculación anual y de trabajar en profundidad su presencia de marca digital, The Bridge se propuso **abarcar el incremento del 30% de demanda** que presentó el mercado español en de estudios digitales de modalidad online, presencial e híbrida (ref: Google Survey. ES. April 2023 - August 2024.)

El enfoque

Para ello, junto con [Adsmurai](#), su partner en medios, se planteó la implementación en la **campaña de branding enfocada a trabajar el storytelling de su marca**. Para ello, optó por un formato de vídeos secuenciales que les ayudaron a introducir sus bootcamps digitales a nuevos públicos y alimentar la solidez de su marca.

Esto fue posible gracias a que basaron sus mensajes en insights de mercado y empleabilidad directamente extraídos de fuentes propias y combinaron soluciones de la IA de Google con su first-party data para definir e impactar, en el momento y lugar correcto, a la audiencia potencial adecuada.

La solución

La consolidación de su estrategia se llevó a cabo entre los meses de abril y julio de 2024, en los que se logró, comparando los resultados de campañas similares durante el mismo periodo, un **CPM un -92% inferior, alcanzando un +187% más de usuarios interesados en los bootcamps**. Además, se impactó a un +287% más de usuarios potencialmente interesados en los programas de The Bridge, que finalmente se tradujeron en un incremento de los leads potencialmente interesados de un +152%, es decir, aquellos leads calificados que pasaron a oportunidad de venta.

“Esta iniciativa tuvo un impacto muy positivo en nuestros resultados. Al crear contenido visual atractivo y segmentado en varias etapas del embudo de ventas, logramos conectar de manera más efectiva con nuestros potenciales clientes.”

— Miguel Garcia, Responsable de performance, The Bridge

“The Bridge Talent dió un paso al frente al apostar por una estrategia de branding que a los pocos meses se tradujo en un gran aumento de las oportunidades de venta generadas.”

— Jose Manuel Zacarias, SEM Specialist, Adsmurai

