

# Universidad de las Américas captura el 52% de sus prospectos gracias a AdWords de Google



La Universidad de Las Américas es una institución privada chilena que pertenece desde el año 2000 a la red de educación superior Laureate International Universities. Dicha red cuenta con más de 240.000 alumnos que pueden acceder a sus programas de estudio en más de 15 países alrededor del mundo a través de universidades online y presenciales.

---

“La universidad está extremadamente contenta con AdWords. Hemos logrado superar con creces nuestras metas de captación y nuestros costos están por debajo de lo que habíamos tenido que gastar en el pasado. Hoy la campaña de la Universidad de Las Américas es la segunda con más recordación en Internet en Chile”.

Javier Yranzo,  
Director de Marketing Digital  
Grey Chile

---

**UNIVERSIDAD  
DE LAS AMERICAS**  
Laureate International Universities®

---

Para conocer más sobre AdWords y las soluciones publicitarias de Google visite:  
<http://www.google.com/intl/es/ads/>

## El Reto

A partir de 2004, la Universidad decide fortalecer sus esfuerzos publicitarios para ampliar su alcance entre posibles postulantes. En una primera etapa, la universidad probó diversos medios y vehículos online que incluyeron enlaces patrocinados en Google.

Los resultados iniciales con AdWords de Google fueron buenos pero no sobresalientes. Sin embargo, a medida que fueron aprendiendo sus diversas funcionalidades y optimizando las campañas los resultados mejoraron considerablemente. El gran cambio se dio cuando en abril de 2005 la Universidad reformuló la campaña y comenzó a utilizar anuncios gráficos en AdWords de Google. Extendiendo el alcance de los anuncios de texto, la publicidad en formatos gráficos JPG y Flash mostrados en la red de contenido de Google los llevó a pasar de 2 a 10 millones de impresiones, y de mil a 10 mil clics por día.

## Los Resultados: Generando impacto con anuncios gráficos en la red de contenido

Actualmente AdWords es el medio número uno de captación de nuevos alumnos para la Universidad de las Américas, generando el 52% de la captura total de prospectos. Con esto, sus resultados están un 21% por encima de sus más entusiastas metas.

Según Javier Yranzo, Director de Marketing Digital de la agencia publicitaria Grey Chile, “la Universidad está extremadamente contenta con AdWords. Hemos logrado superar con creces nuestras metas de captación y nuestros costos están por debajo de lo que habíamos tenido que gastar en el pasado. Hoy la campaña de la Universidad de Las Américas es la segunda con más recordación en Internet en Chile”. Por su parte, Daniela Balaúnde, Directora de Extensión y Vinculación con el Medio comenta que “Google es un medio muy relevante y ha permitido entregar los valores de marca de Universidad de las Américas a través de un modelo contextual y menos invasivo. Así hemos podido dirigir nuestro mensaje en forma mucho más efectiva y eficiente”.

En la Universidad de las Américas destacan esta herramienta por la importante disminución de sus costos por adquisición (CPA). Además, hoy en día con AdWords de Google la Universidad está presente con publicidad en un mucho mayor número de sitios web y dedica menos recursos a la administración de campañas en sitios locales como lo hacía anteriormente.

## Un secreto del éxito: Optimización permanente.

A pesar de sus resultados positivos, la Universidad continuamente pone a prueba nuevos anuncios gráficos y de texto. Usando funcionalidades de optimización de AdWords y otras herramientas de Google, como Google Analytics, es posible medir el impacto de estos experimentos y adoptar las palabras clave, textos y diseños que producen los mejores resultados.

Gracias a esta permanente experimentación y optimización, la Universidad obtiene rendimientos crecientes y logra mantener su posición como una de las campañas de publicidad en línea más recordadas en Chile.