



Caso de éxito Aprendemas

Aprendemas.com se asocia con Mailjet para impulsar su estrategia de email



- **Industria:**
Servicios de educación y formación.
- **Volumen de envío:**
3 millones al mes
- **Descripción:**
Aprendemas.com es un portal buscador de formación y educación, en el que los usuarios pueden encontrar la oferta de escuelas, academias, universidades y centros de formación, gracias a un potente buscador.
- **País:**
España
- **Página web:**
www.aprendemas.com

INTRODUCCIÓN

Aprendemas.com es un portal buscador de formación y educación, en el que los usuarios pueden encontrar la oferta de escuelas, academias, universidades y centros de formación que están buscando, gracias a un potente buscador, que permite filtrar por palabras clave, provincias o categorías.

Aprendemas.com se ha asociado con Mailjet con el objetivo de utilizar el email para comunicar e informar a sus usuarios sobre los últimos cursos y becas, para ayudarles a encontrar los mejores centros en los que formarse y progresar tanto en el ámbito personal como laboral.



EL PROBLEMA

Originariamente, Aprendemas.com trabajaba con otro proveedor de servicios de email, pero su alto precio y sus herramientas, que comenzaron a quedarse obsoletas en comparación con las de otras plataformas, hizo que decidieran buscar una alternativa más moderna y asequible.

En su búsqueda, Aprendemas.com acabó limitando sus opciones finalistas a dos, Mailjet y otra solución de email. Al final, los precios realmente bajos de la otra alternativa decantaron la balanza hacia esa plataforma.

Sin embargo, la experiencia de Aprendemas.com con este otro proveedor de servicios de email no solo no fue todo lo buena que esperaban, sino que además tuvo efectos negativos en la estrate-



gia de email. El apoyo durante la fase de calentamiento de la IP fue muy limitado y el equipo de Aprendemas.com se sintió abandonado a su suerte, sin apenas posibilidades de lograr la ayuda que necesitaban para arrancar su estrategia de email.

LA SOLUCIÓN

Finalmente, Aprendemas.com decidió dar marcha atrás en su decisión y escoger Mailjet para lanzar definitivamente su estrategia de email marketing, debido a la relación calidad/precio de nuestra solución, pero, sobre todo, por el trato y la confianza que el equipo le inspiró desde las primeras tomas de contacto.

El equipo de Customer Success de Mailjet se puso desde el principio manos a la obra para



Enrique Reyes

CTO de
Aprendeamas.com

“El servicio que nos está ofreciendo Mailjet es su mejor valor, sobre todo la calidad de todas las personas involucradas, desde la parte comercial hasta el servicio técnico. Especialmente nuestro Customer Success Manager, que nos ha aconsejado, resuelto dudas y ayudado a poner en marcha con éxito esta nueva etapa.”



ayudar a Aprendemas.com a encontrar el plan adecuado y personalizado para su estrategia de email, asistiéndoles durante la fase de calentamiento de las IPs y preparándoles para poder enviar de forma segura su volumen estimado de 30 millones de emails anuales. Gracias a este trabajo inicial, Aprendemas.com ha logrado una reputación excelente con Google, Outlook, Yahoo, AOL y otros clientes de email, lo que les ha supuesto un aumento en sus tasas de apertura y clics, y una mejora en su tasa de conversión de clientes del 10% en los primeros meses desde el comienzo de esta asociación.

Además, Aprendemas.com ha sacado el máximo partido a nuestro potente e intuitivo editor de emails de arrastrar y soltar, Passport, ahorrando así en el tiempo y costes de desarrollo empleados en diseñar las campañas.

LA VISIÓN

Para Aprendemas.com, el objetivo de su estrategia de email consiste en encontrar nuevas formas de proporcionar la información que los usuarios solicitan, de forma efectiva, rápida y segura.

Para ello, Mailjet y Aprendemas.com seguirán trabajando codo con codo para perfilar una estrategia de email que continúe preservando su excelente reputación de remitente y proporcionando valor a los usuarios del buscador, mejorando así sus tasas de apertura y clics.



Enrique Reyes

CTO de
Aprendeamas.com



«Nuestra experiencia con nuestro proveedor de email no fue buena debido a la poca ayuda ofrecida por su soporte técnico a la hora de realizar el calentamiento de la IP asignada. Nos sentimos abandonados a nuestra suerte y enseguida comprendimos que no era la herramienta de marketing adecuada para nosotros.

Gracias a los consejos ofrecidos por Mailjet y el estudio en conjunto de un plan adecuado y personalizado para realizar el warm-up de las IPs hemos conseguido una reputación excelente con Google, Microsoft (Hotmail y Outlook), Yahoo, AOL, etc. En solo 3 meses hemos aumentado las tasas de apertura y clics así como el porcentaje de conversión de nuestros clientes en más de un 10%.»

