

CASO DE ÉXITO

PLATAFORMA ONLINE DE APRENDIZAJE DE IDIOMAS UTILIZA OUTBRAIN PARA RECIBIR SUSCRIPCIONES Y DESCARGAS DE SU APP. A ESCALA GLOBAL.



Solución:

Outbrain Amplify

Vertical:

- Educación
- Viajes
- Tecnología
- Estilo de vida

Puntos clave:

- Campaña multi-lenguaje
- Contenido que convierte
- Contenido *Evergreen* o atemporal

Fondo: Babbel es una plataforma de aprendizaje de idiomas online. Ofrece todo lo necesario para hablar, escribir y entender un nuevo idioma. Los usuarios pueden aprender 13 diferentes cuando y donde quieran - en su ordenador, tableta o móvil. Fundada en 2008, Babbel dispone de más de 20 millones de usuarios de más de 190 países.



“

Obtuvimos resultados claros y directos como el aumento de tráfico, registros y suscripciones. Rápidamente, nos beneficiamos del alcance global de Outbrain, aumentando el contenido pudimos llegar a incluir otros cinco idiomas aparte del inglés, lo que nos permitió promocionar nuestra revista en todo el mundo.

EDWARD WOOD
Senior Content Marketing Manager, Babbel

Objetivo: Babbel tiene como objetivo dar a conocer su plataforma de aprendizaje además de lo fácil y asequible que es aprender un nuevo idioma. Babbel usa su revista online como canal de marketing de contenidos, para llegar a alumnos potenciales y, finalmente, lograr más registros y descargas de aplicaciones.

Solución: La escalabilidad en la distribución a través del Content Discovery es clave para el crecimiento continuo del marketing de contenidos de Babbel. Para ello, Babbel amplifica su contenido a través de la red editorial de Outbrain, dirigiéndose a audiencias pertinentes en varios países, idiomas y dispositivos. Outbrain es capaz de localizar audiencias en función de su ubicación y el lenguaje. Por ejemplo, aquellos que leen contenido en sites en inglés en Alemania pueden ser dirigidos al aprendizaje de alemán, o lectores ubicados en California se les puede mostrar contenido relacionado con el aprendizaje de español.



Annabel es británica y vive en Alemania



Annabel lee las noticias en cnn.com



Outbrain se dirige a ella con una recomendación a Babbel para el aprendizaje de alemán



Annabel hace clic, interacciona con el contenido de Babbel y se suscribe para aprender alemán

RESULTADOS EN CIFRAS

4.5 MM

USUARIOS SON DIRIGIDOS
MENSUALMENTE
A LA REVISTA DE BABEL

80%

DE USUARIOS REGISTRADOS
SON NUEVOS

CASO DE ÉXITO:

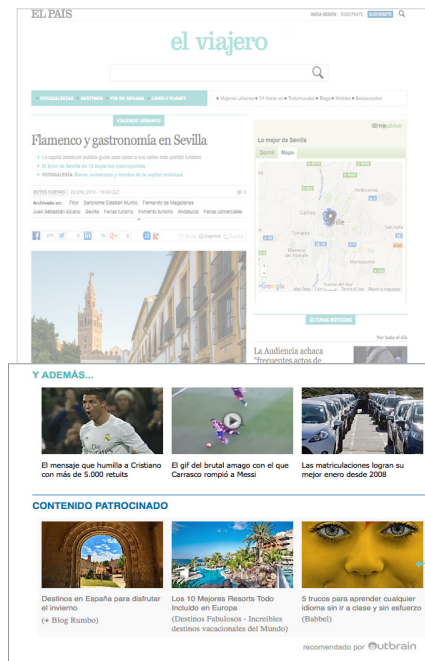
PLATAFORMA ONLINE DE APRENDIZAJE DE IDIOMAS UTILIZA OUTBRAIN PARA RECIBIR SUSCRIPCIONES Y DESCARGAS DE SU APP. A ESCALA GLOBAL.

Su estrategia de contenido:

Con sede en Berlín, el equipo de contenidos de Babbel ha crecido de una sola persona a un equipo de nueve, con al menos un escritor para cada uno de sus principales idiomas (Inglés, alemán, portugués, italiano, español y francés). El equipo se centra en la creación de contenido interesante y *evergreen* (o atemporal), que atrae a público objetivo joven, conectado y experimentado en viajar. El marketing de contenidos se ha convertido en una valiosa adición a la estrategia de marketing digital de Babbel.

Regulares reuniones editoriales aseguran que la Revista Babbel es creativa, divertida y atractiva. El video se está convirtiendo en un enfoque cada vez más grande para Babbel, fomentando la interacción con el público. El contenido incluye consejos, asesoramiento y estilo de vida, con un enfoque particular en los políglotas [gemelos Youlden](#).

Los gemelos Youlden, que hablan más de diez idiomas, aparecieron en la revista, y posteriormente fueron invitados a la televisión nacional en Alemania. El presentador del show retó a los gemelos a [traducir frases en turco](#) tras haber aprendido el idioma en una semana a través de la aplicación de Babbel.



Resultados: Babbel realiza una prueba con Outbrain a través de un único artículo - "10 consejos y trucos para aprender un idioma." Tras obtener resultados positivos, Babbel amplió la campaña y ahora utiliza Outbrain para promover una amplia gama de contenido en diferentes países, idiomas y plataformas.

El número de registros procedentes de la ampliación de los contenidos de la revista aumentó en un porcentaje de tres dígitos en el primer mes en el que Babbel trabajó con Outbrain. Outbrain se convirtió en uno de los mayores proveedores de tráfico de Babbel dirigiendo a 4.5 millones de usuarios cada mes a la revista, el 80% de los cuales son nuevos.

“

“El equipo editorial de Babbel ha crecido hasta convertirse en sofisticados marketers de contenido, creando un contenido auténtico y siempre dispuestos a probar nuevas propuestas. Ha sido emocionante ver progresar su marketing de resultados, desde que comenzaron con el inglés para después cruzar fronteras y proporcionarles tráfico en varios idiomas en todo el mundo!”

MAGDALENA FLICK
Account Strategist DACH, Outbrain