

Caso de Estudio: Fidelización de usuarios de BlackBerry®

Cliente: RIM - BlackBerry®
Proyecto: MasterClass 2009

> Reto

- Fidelizar a los usuarios de BlackBerry® España, enseñándoles a sacar mayor rendimiento de sus dispositivos.
- Presentar a todos los usuarios de BlackBerry® España, el nuevo 'BlackBerry Aplicattion World'®.

> Solución

Para lograrlo, se creó el **Centro de Conferencias Virtuales de BlackBerry®**, donde se emitieron durante todo un día, 24 horas de conferencias, distribuidas en cuatro salas, donde los asistentes podían hacer preguntas que eran contestadas por expertos de BlackBerry® en tiempo real.

Además existía una zona para la **descarga de cientos de aplicaciones** de gran utilidad para los smartphones BlackBerry®.

De manera complementaria, la plataforma estuvo accesible para los asistentes del evento en vivo y los que se registraron con posterioridad, durante dos meses más.



Caso de Estudio: Fidelización de usuarios de BlackBerry®

Cliente: RIM - BlackBerry®
Proyecto: MasterClass 2009

> Beneficios

- Incremento de la satisfacción de los usuarios.
- Fidelización del usuario a través del aprendizaje.
- Ahorro de tiempo y costes.
- Prolongación del impacto del evento.
- Posicionamiento de marca innovadora.

> Resultados

- 1.944 inscritos.
- 684 asistentes.
- 35% conversión inscritos vs asistentes.
- 18% de los asistentes en el evento el día live, accedieron nuevamente durante los dos meses posteriores en la versión on demand.
- 3.952 aplicaciones descargadas.
- 1h 39 minutos tiempo de conexión medio.
- 1h 51 minutos tiempo de conexión en el día live.
- 4 aplicaciones descargadas por usuario.
- 7,6 sobre 10 fue el resultado de la encuesta de satisfacción.

