

**SUCCESS STORY**

**PwC**

Cómo multiplicar por cinco los leads con A/B testing

**CLIENT**

PwC es una red multinacional de firmas profesionales presente en 157 países con más de 223.000 expertos comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones.



**OBJETIVO**

PwC quería impulsar el mayor número de leads en forma de registro para incrementar las ventas en su plataforma online con cursos especializados en contabilidad, tasas y servicios financieros en LATAM.

**ESTRATEGIA**

Adglow y T6HDigital desarrollaron una estrategia compleja para alcanzar al público objetivo de PwC’s a través de los anuncios de Facebook. Adglow implementó campañas de A/B testing combinando una gran variedad de formatos publicitarios para móvil (leads, anuncios en carousel, y vídeos), con conceptos creativos, call-to-action personalizados y resultados monitorizados.

Son dos los puntos clave que crearon la estrategia de segmentación. El primero fue una audiencia personalizada basada en la base de datos de PwC de Latinoamérica y el segundo fue la segmentación basada en intereses específicos relacionados con formación financiera.



*"Gracias a las herramientas de leads ofrecidas por Facebook, fuimos capaces de alcanzar nuestros objetivos de ventas y promociones en un tiempo que jamás habíamos experimentado en la compañía. Actualmente, muchos de nuestros clientes potenciales utilizan plataformas de redes sociales y es por ello que debemos realizar estrategias y estar presentes en aquellos canales en los que se encuentre nuestra audiencia."*

Adriana Herrera General Manager PWC