

# “Sun aumenta en más del doble el número de conversiones de redirecciones web



Sun Microsystems ofrece soluciones de infraestructuras informáticas para conexiones en red, incluidos sistemas informáticos, software, almacenamiento y servicios. La empresa está presente en más de 100 países de todo el mundo. Hace varios años, Sun decidió aumentar la presencia de contenido multimedia enriquecido en una gran parte de su presencia web para informar a sus clientes sobre su gama de soluciones. Desde entonces, la organización ha ampliado su estrategia multimedia interconectando la potencia de la primera plataforma de vídeo en línea (Brightcove) con su plataforma de marketing y análisis en línea (Omniture) a través de Omniture Genesis.

## Medir el éxito

Cuando Sun comenzó su andadura de marketing multimedia y sitios web, la empresa no disponía de un sistema centralizado para impulsar el proceso de crear y distribuir su vídeo y contenido multimedia. En los dos últimos años, Sun ha renovado toda su estrategia multimedia gracias a la plataforma de vídeo en línea líder del sector de Brightcove. Gracias a Brightcove, Sun cuenta con una solución única y completa para cubrir toda la gama de necesidades de publicación y distribución de vídeo en línea.

Gracias a Brightcove, Sun pudo agilizar rápidamente todo el proceso de publicación de vídeo en línea y crear, gestionar y personalizar fácilmente vídeos todo ello a través de la plataforma de Brightcove. Las ventajas de la productividad mejorada de Sun se apreciaron inmediatamente, ya que los activos de vídeo que anteriormente tardaban hasta 24 horas en publicarse podían ahora enviarse en menos de cinco minutos.

Una vez que Sun impulsó con éxito sus procesos de producción, publicación y distribución de vídeo con Brightcove, la empresa reconoció la necesidad de solucionar su siguiente problema: la forma de medir el éxito y optimizar su proceso de vídeo. Sun necesitaba una forma más profunda de determinar qué contenido era resonante, con quién y en qué parte del sitio residía este contenido para ampliar el éxito de la implementación de Brightcove y llevar las iniciativas del vídeo en línea al siguiente nivel.

## La solución de Brightcove / Omniture

Sun ha utilizado Omniture SiteCatalyst para medir la acti-

vidad de los visitantes en todas las propiedades de su sitio web de forma extensa. Omniture ha creado una profunda integración con la plataforma de Brightcove a través de Omniture Genesis, una plataforma de marketing y un componente de Omniture Online Marketing Suite que integra aplicaciones adicionales de terceros con productos de Omniture, con el fin de proporcionar a las agencias de marketing como Sun un acceso listo para usar a las soluciones para optimizar el rendimiento de campañas y la conversión para su contenido de vídeo.

La integración permite una comunicación perfecta entre los activos de vídeo Brightcove de Sun y la analítica en línea de Omniture SiteCatalyst a fin de que Sun pueda rápidamente identificar las rutas más ventajosas a través de su sitio web, determinar dónde los visitantes abandonan el sitio e identificar métricas de éxito críticas para las campañas de marketing en línea.

“Cuando integramos Omniture con Brightcove, fue algo grandioso para nosotros”, afirmó Linda Crowe, Jefe de Grupo de producción y estrategia multimedia en Sun. “La posibilidad de añadir métricas en línea desde Omniture SiteCatalyst en el reproductor de vídeo para cada activo individual resulta extremadamente potente. Brightcove y Omniture SiteCatalyst ofrecen conjuntamente acceso a análisis mucho más profundos de activos individuales, lo que nos ayuda a determinar el contenido de vídeo más eficaz y dónde se pueden obtener los mejores resultados y conversiones.”

La integración Brightcove / Omniture ha permitido a Sun entender la mejor forma de ajustar sus procesos de pro-

ducción ofreciendo detalles sobre qué audiencias prefieren qué contenido particular.

“A menudo se da por sentado en la producción de vídeo, especialmente en el sector empresarial, que si el mensaje supera los 2 minutos, las personas no lo verán”, señaló Crowe. “Hemos descubierto que, para el contenido de alto nivel orientado al marketing, la integración Brightcove / Omniture nos ha permitido ver que cuando nos adentramos profundamente en la tecnología, la audiencia se sienta y escucha durante hasta 20 minutos si el contenido es suficientemente sustancioso. Como resultado de ello, hemos podido ajustar y optimizar la estrategia de contenido de nuestro sitio web para cubrir las necesidades de las distintas audiencias de forma más eficaz.”

## Explosión del tráfico, conversiones y eficacias de producción

Desde que Sun ha integrado sus activos de Brightcove con Omniture SiteCatalyst, la organización ha podido crear contenido más relevante y enfocado que ha llevado a los visitantes del sitio a ver más contenido de vídeo y a emplear más tiempo en Sun.com. Sun también ha mejorado enormemente sus conversiones para atraer a los visitantes asociadas a su contenido de vídeo. Antes de la integración Brightcove / Omniture, Sun vio un porcentaje del 8-10% de conversión en los vídeos vistos. Ahora que la organización puede medir y dirigir el contenido de forma más eficaz, las conversiones se han multiplicado por dos.

Sun también ha podido reducir los costes de producción de vídeo con la ayuda de Brightcove y Omniture.

“Puesto que podemos enfocar mejor nuestro contenido, podemos ahorrar dinero en los costes de producción de vídeo al crear el contenido adecuado en lugar del incorrecto”, afirma Crowe. “Hemos conseguido ahorrar casi un 25% de nuestro presupuesto gracias a la integración de Brightcove / Omniture, ya que producimos contenido de vídeo más eficaz e impactante”.


Sun también ha hecho evolucionar su estrategia de sindicación de contenido al aprovechar la apertura, fácil integración y sencillez para compartir de la plataforma de Brightcove. Con Brightcove, Sun puede syndicar y distribuir fácilmente sus contenidos de vídeo a sitios y redes de terceros. Al integrar Omniture SiteCatalyst con la plataforma de Brightcove, Sun puede ahora ver exactamente dónde ganan popularidad y atracción los vídeos, así como qué

vídeos tienen un fuerte potencial viral. Concretamente, un vídeo creado por dos empleados de Sun para ilustrar de forma cómica la manera en que las vibraciones y el ruido del centro de datos afectaban a los dispositivos de almacenamiento, fue recuperado por múltiples sitios de terceros, entre ellos, un periódico técnico de Alemania que generó 35.000 visitas en tan solo las primeras semanas.

Las visitas a los vídeos de Sun en general se han multiplicado por tres desde el lanzamiento con Brightcove el año pasado, y las cifras siguen creciendo. Sun genera actualmente alrededor de 150.000 visitas al mes, lo que supone un aumento desde las 50.000 visitas que tenía Sun cuando lanzaron su portal de vídeo ChannelSun el año anterior. Gracias a la integración de Omniture, Sun puede ahora medir qué vídeos se ven hasta el final. La organización ha descubierto no solo que los visitantes solicitan más vídeos, sino que además los ven durante más tiempo.

En el futuro, Sun tiene previsto continuar con la evolución de su estrategia de vídeo y profundizar su integración Brightcove / Omniture a fin de extender las mediciones más allá del vídeo simplemente hacia otros activos multimedia como contenido de audio e interactivo. La empresa espera albergar nuevos tipos multimedia, nuevos formatos de medida y nuevas funciones de sindicación.

“Hemos descubierto que realmente no se trata de aeronáutica”, afirma Crowe. “Imagínese lo que le gusta a su audiencia, médale y adopte mejores decisiones sobre los tipos de contenido que producirá en el futuro”.



“Hemos conseguido ahorrar casi un 25% de nuestro presupuesto gracias a la integración de Brightcove/ Omniture, ya que producimos contenido de vídeo más eficaz e impactante.”

*Linda Crowe, Jefe de Grupo,  
Producción y Estrategia Multimedia*