

# Inforges



## Caso de éxito HubSpot

# Implantación de HubSpot en IVI RMA Global Education

Cómo IVI RMA Global Education **mejoró la trazabilidad comercial y automatizó la captación de alumnos.**



iviglobaleducation.com

**Sector:**  
Salud

**Localización:**  
Valencia (España)

**Solución:**  
Implantación de HubSpot

## La Empresa

IVI RMA Global Education es una institución especializada en formación en reproducción asistida, embriología, genética y técnicas de laboratorio aplicadas a la medicina reproductiva. Su oferta formativa se dirige a perfiles altamente cualificados, como médicos, embriólogos, biólogos, estudiantes y profesionales del ámbito clínico y científico.

Ante el crecimiento de sus acciones de captación digital y la diversificación de su oferta académica, la organización **necesitaba una solución que le permitiera centralizar la información de sus potenciales alumnos, mejorar la trazabilidad comercial y automatizar sus procesos de marketing y seguimiento.**

## El reto

**Antes de la implantación de HubSpot, IVI RMA Global Education operaba con diferentes herramientas no integradas entre sí.** Utilizaban Acumbamail para campañas de email marketing y hojas de Excel para el seguimiento manual de los datos comerciales. Esta situación generaba diversas limitaciones:

- Ausencia de un CRM centralizado.
- Falta de trazabilidad del recorrido del alumno potencial.
- Dificultad para identificar el origen de los leads.
- Escasa visibilidad de la interacción con campañas y contenidos.
- Procesos comerciales manuales y poco escalables.
- Dificultad para segmentar la base de datos.
- Falta de visibilidad del historial formativo de cada alumno.



Gracias a la implantación de HubSpot, **hemos evolucionado hacia un ecosistema conectado, automatizado y escalable.**



**El principal objetivo era implantar una infraestructura tecnológica que permitiera optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y aumentar la conversión.**

## La solución: implantación de HubSpot Sales y Marketing Hub

Para dar respuesta a estas necesidades, se implementaron **HubSpot Sales Hub Starter** y **Marketing Hub Pro**, configurados específicamente para adaptarse a los procesos comerciales y académicos de la institución.

El proyecto incluyó:

- **Análisis funcional de procesos comerciales y de marketing.**
- **Configuración completa de la plataforma.**
- **Migración de datos históricos de alumnos y leads**
- **Formación del equipo.**
- **Puesta en marcha y acompañamiento inicial.**
- **Definición de una estrategia de automatización continua.**



Sales Hub®



Marketing Hub®

## Una configuración adaptada al modelo formativo

### 🍷 Pipelines comerciales personalizados.

Se configuraron cuatro pipelines diferenciados:

- Cursos.
- Másteres.
- Fellowships
- Training & Consulting

Esto permitió al equipo **gestionar de forma más precisa las oportunidades y adaptar el seguimiento** según el tipo de formación.

### 🍷 Integración con canales de captación.

HubSpot se **integró** con:

- Página web.
- Tienda online de inscripciones.
- Google Ads.
- Cuentas de correo del equipo.

Además, se desarrollaron formularios en español e inglés que facilitaron la captación de leads internacionales y segmentados.

### 🍷 Automatización del marketing educativo.

Tras la implantación del CRM, se desarrolló una estrategia de automatización con el objetivo de **acompañar al alumno potencial durante todo el proceso de decisión.**

### 🍷 Estrategias de cross-selling.

También se implementaron workflows dirigidos a antiguos alumnos, promoviendo nuevas formaciones en función de su historial e intereses, **fomentando así la recurrencia.**

### 🍷 Workflows de lead nurturing.

Se diseñaron **flujos automatizados** que incluían:

- Emails de bienvenida.
- Información detallada de programas.
- Detalles económicos y proceso de inscripción.
- Recordatorios automatizados.
- Invitaciones a webinars.
- Casos de éxito y testimonios.
- Comunicaciones de cierre de convocatoria.
- Envío segmentado de descuentos.

### 🍷 Automatizaciones operativas.

**Se optimizaron procesos internos** mediante:

- Creación automática de oportunidades.
- Actualización de estados y etapas.
- Segmentación dinámica de contactos.
- Automatización de tareas comerciales.



### Personalización de la experiencia.

Uno de los elementos clave fue la **personalización avanzada de las comunicaciones**, adaptadas según:

- Tipo de formación.
- Perfil profesional.
- Idioma.
- Intereses.
- Fase del embudo.

Esto permitió ofrecer una **experiencia más relevante y mejorar el engagement de los usuarios**.

## Resultados

Aunque los datos cuantitativos son confidenciales, la implantación permitió:

- **Mayor trazabilidad del recorrido** del alumno.
- **Mejor identificación del origen** de los leads.
- **Centralización de la información** comercial y de marketing.
- **Seguimiento detallado del historial** de inscripciones.
- **Mayor visibilidad de los ingresos** por formación.
- **Mejora en la segmentación**.
- **Reducción de tareas manuales**.
- **Incremento del conocimiento sobre la interacción** de los usuarios



La integración entre CRM, automatización de marketing y trazabilidad comercial proporciona ahora una **visión completa del comportamiento de los potenciales alumnos, permitiendo optimizar tanto la captación como la fidelización**.



## Acerca de Inforges

Inforges es una consultoría tecnológica que ofrece experiencias que contribuyen a transformar organizaciones. Somos una compañía internacional que acompaña a empresas e instituciones públicas en su evolución digital, combinando innovación tecnológica, cercanía y visión estratégica. Mejoramos procesos, incrementamos el volumen de negocio, así como la rentabilidad y el retorno de las inversiones.