Caso práctico:

El AARRR Modelo en acción.

El ejemplo Grammarly

|  |  |
| --- | --- |
| Palabras clave (meta tag) | Modelo AARRR, Adquisición, Activación, Retención, Referencia |
| Proporcionado por | IDP & IHF |
| Idioma | España |
| Caso práctico |
| La *startup* de software de edición automática de 13 mil millones de dólares Grammarly ha experimentado un crecimiento exponencial en su enorme base de clientes. El mapa de viaje del usuario para Grammarly se utilizará para demostrar cómo funcionan la adquisición, la activación, la retención y las otras métricas piratas de AARRR.1. Adquisición

Las iniciativas de marketing de Grammarly son un ejemplo de cómo el marketing de contenidos es crucial para la adquisición. La compañía se dirige específicamente a las palabras clave SEO de puntos críticos (por ejemplo, afecto vs. efecto). 1. Activación

Los usuarios están principalmente comprometidos con la herramienta *freemium* de Grammarly y los correos promocionales. Se envía un correo electrónico de bienvenida a los usuarios para describir cómo aprovechar al máximo la herramienta de edición. Recibirán un nuevo correo electrónico con nuevos consejos después de cada instalación de la aplicación.1. Retención

Para mantener clientes activos, Grammarly está trabajando diligentemente en su enfoque de marketing por correo electrónico. La compañía de software de edición automática utiliza tendencias, insignias y registros personales para atraer a los clientes.1. Referencia

Grammarly utiliza un esquema de afiliados sencillo para promocionar su producto. Coloca un enlace de seguimiento o banner en un sitio web y recibe un pago cuando un usuario se registra e instala Grammarly. |
| Referencia | <https://www.grammarly.com> |