

Man Medical Institute lanza una exitosa campaña de generación de leads en Youtube

Man Medical Institute, grupo clínico líder en Europa especializado en medicina y cirugía masculina, ha conseguido un caso de éxito con el lanzamiento de una nueva campaña en Youtube con el fin de conseguir leads de alta calidad para su servicio de implantes capilares masculinos, gracias a la estrecha colaboración de Google con la agencia Royal Comunicación

MAN Medical Institute es el grupo clínico líder en Europa especializado en medicina y cirugía masculina.

Google ha trabajado en estrecha colaboración con Royal Comunicación para el lanzamiento de esta campaña.

El grupo clínico buscaba con la campaña generar leads de alta calidad para su servicio de implantes capilares masculinos.

Se ha reducido el CPA en un 72% en las campañas de Youtube en comparación con sus propios creativos.

Man Medical Institute, grupo clínico líder en Europa especializado en medicina y cirugía masculina, ha conseguido un caso de éxito con el lanzamiento de una nueva campaña en Youtube con el fin de conseguir leads de alta calidad para su servicio de implantes capilares masculinos, gracias a la estrecha colaboración de Google con la agencia Royal Comunicación.

En un principio, el grupo clínico estaba interesado en lanzar una nueva campaña en Youtube para la generación de leads de alta calidad para su servicio de implantes capilares masculinos, pero no contaban con la creatividad adecuada. Para ello, necesitaban “una victoria rápida para hacer frente a la dura competencia de la industria”, aseguran. Con anterioridad, Man Medical Institute ya había lanzado alguna campaña con el mismo objetivo de conseguir clientes potenciales a través de vídeos corporativos, pero no llegaron a alcanzar los resultados deseados.

Una estrecha colaboración de Google con Royal Comunicación

Google se dirigió a la agencia Royal Comunicación y a Man Medical Institute para formar parte de la prueba piloto que consistió en emparejar al cliente con un socio creativo homologado, encargado de crear un nuevo vídeo en YouTube con el fin de generar leads y posicionar al grupo clínico en el campo de los tratamientos capilares masculinos.

Google trabajó en estrecha colaboración con Royal Comunicación. Después de una primera llamada

informativa en la que participaron Man Medical Institute, Royal Comunicación, Google y el socio creativo, se entregó un nuevo vídeo en menos de una semana. La alta calidad del vídeo, enfocado en el rendimiento y cumpliendo con todos los requisitos del grupo clínico, hizo que la campaña se pusiera rápidamente en marcha.

Los resultados que lo convierten en un caso de éxito

En poco menos de un mes, el video ya ha generado algunos de los leads de mayor calidad para Man Medical Institute, reduciendo el CPA en un 72% de las campañas de Youtube en comparación con sus propios creativos. Como resultado de ello, el grupo clínico mantiene siempre activa una campaña de True View for Action, y próximamente pondrá en marcha estrategias similares de vídeo para todos sus nuevos lanzamientos, siguiendo las directrices creativas de Google.

Según explica el CEO de Royal Comunicación, Juanjo López, “la ejecución del proyecto ha sido impresionante, y en un tiempo récord. Los resultados del video han sido superiores a otros tests que habíamos lanzado anteriormente con Youtube”. “Estamos más que encantados con el trabajo y el apoyo de Google”, finaliza.

Datos de contacto:

Sofía Regalia
618 454 719

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Industria Farmacéutica](#) [Marketing](#) [Sociedad E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>