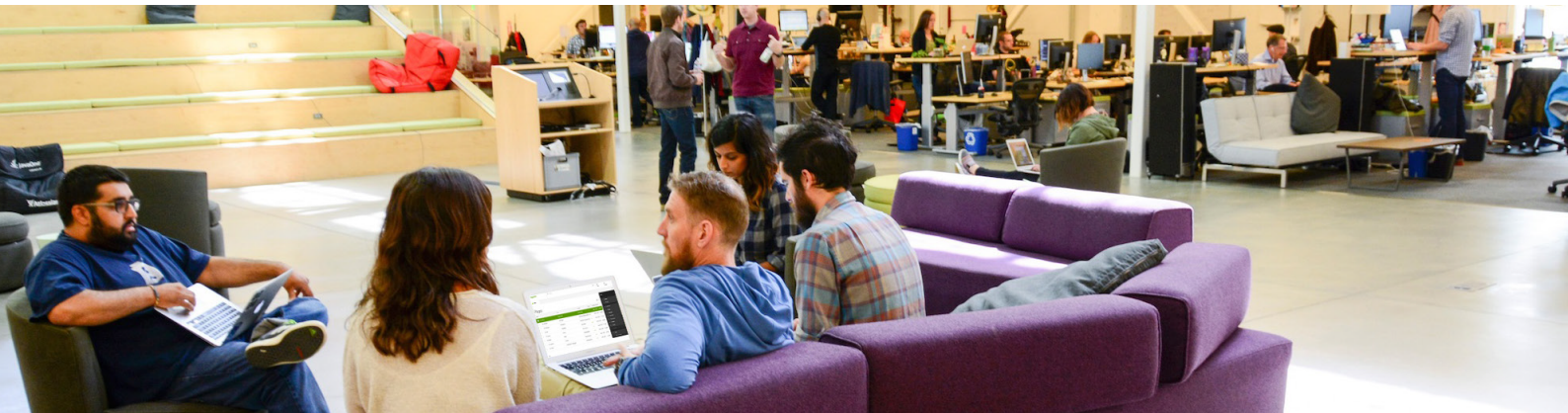


Cómo Atlassian le brindó más agilidad a su equipo de marketing

Atlassian, la empresa de software multimillonaria usó Magnolia para rediseñar, estructurar y relanzar todo su sitio para convertirlo en un canal de ventas y marketing global en constante evolución para su negocio en crecimiento.



Una empresa líder de software aún más ágil

Industria: Tecnología
País: Estados Unidos
Sitio web: www.atlassian.com

Atlassian es una empresa de software que tiene su sede en Sídney, Australia. Sus productos más populares son el monitor de problemas JIRA y la herramienta de colaboración Confluence. En la actualidad, tiene ventas anuales por USD 160 millones, más de 40 000 clientes y más de 1100 empleados en Ámsterdam, Austin, Gdańsk, Ho Chi Minh, Manila, San Francisco, Sídney y Tokio.

El sitio web de Atlassian, que era fundamental para su misión, estaba quedando desactualizado y volviéndose difícil de gestionar, por lo que decidieron comenzar a buscar un sistema de gestión de contenidos. Con Magnolia, Atlassian puede utilizar su sitio web como un canal global de marketing y ventas en constante evolución para su negocio en crecimiento. Magnolia incrementó significativamente la agilidad interactiva del equipo de marketing, así como las herramientas de Atlassian para que los desarrolladores tengan mayor agilidad.

“Como una empresa centrada en los desarrolladores, constantemente les decimos a los desarrolladores que deben ser más ágiles. Así que estábamos buscando algo que pudiera aportarnos esa agilidad al manejo del contenido para el sitio web.

Un colega me recomendó Magnolia y la instalación me resultó bastante sencilla. Una vez que tuve la aplicación en la computadora portátil, sabía que estaba resuelto. Fue muy fácil de usar y tenía sentido para todos nuestros editores de contenido y traductores”.

— Mark Halvorson, Head of Creative Strategy and Video, Atlassian

El desafío

Permitir mayor eficiencia en la creación de contenido, la gestión y el desarrollo del sitio web

El equipo de marketing interactivo de Atlassian es responsable del único canal de ventas de la empresa, Atlassian.com. El equipo crea contenido y videos, y es responsable de todas las actividades de marketing. Dado que no existe un equipo de ventas tradicional en Atlassian, estas actividades son fundamentales para la misión.

Atlassian.com tiene más de siete años y no tenía ningún sistema de gestión de contenido. En lugar de eso, 2000 archivos de Java Server Pages (JSP) generaban 1200 páginas web. Los archivos JSP permiten que los desarrolladores incorporen funciones dinámicas al HTML.

Contenido, diseño y funcionalidad estaban mezclados en los archivos JSP. Como consecuencia, era difícil dividir tareas entre desarrolladores, autores y diseñadores, además de ser costoso y propenso a errores. Solo para corregir un error de ortografía, un redactor tendría que recurrir a un desarrollador cada vez que necesitara hacer un cambio.

Una campaña de lanzamiento de un producto solía tomar dos semanas hasta publicarla en el sitio web.

La solución

Un CMS ágil y fácil de usar

Los problemas con el sitio web corporativo llevaron a Atlassian a comenzar a evaluar sistemas de gestión de contenido. Dado que Atlassian tenía profundos conocimientos en tecnología entre su equipo, el departamento de marketing no pasó por un extenso proceso de considerar a diferentes proveedores.

El hecho de que Atlassian fuera una tienda Java facilitó la decisión desde un nivel más técnico. Magnolia se adaptaba perfectamente a la arquitectura existente y también permitía la integración con los siguientes productos de terceros:

- Optimizely (test A/B)
- Google Analytics
- Clickdensity (analíticas)
- Google Custom Search Engine
- Google Website Optimizer

Magnolia en el campo de batalla

Si bien Magnolia parecía ser la opción natural para Atlassian, la empresa quería asegurarse de que cumpliera sus expectativas. Por tanto, se evaluó a Magnolia en dos pruebas piloto. Dado que Atlassian estaba expandiéndose a Europa, el primer proyecto piloto usó a Magnolia para crear páginas web multilingües.

Los requisitos de CMS eran claros:

- Soporte para la internacionalización y la localización
- Redacción delegada
- Escenificación y Preguntas y respuestas
- Retroceso
- Debe caber en la infraestructura existente
- Separación entre el diseño y el contenido

Dos pruebas piloto: internacionalización y “Angry Nerds”

En el plazo de tres meses, Atlassian había entregado una versión internacionalizada de Atlassian.com. Al aprovechar las funciones de Magnolia como la traducción y las plantillas incorporadas, Atlassian creó 41 páginas, que abarcaban 33 países y 10 idiomas. Aún puede ver el resultado de esta prueba piloto si visita www.atlassian.com/local. No obstante, incluso después del éxito de la prueba piloto, al equipo de TI de Atlassian aún le preocupaba el escalamiento de Magnolia.

Atlassian decidió usar Magnolia para crear el micrositio humorístico “Angry Nerds”, que se volvió viral el mismo día que se lo publicó y atrajo millones de visualizaciones de la página. Atlassian.com en general recibe un millón de visualizaciones por mes.

El servidor de Magnolia (donde funcionaba el micrositio), pudo lidiar con el tráfico, mientras que, producto del aumento en el tráfico, el sitio web principal en el JSP anterior necesitó atención de emergencia de los administradores del sistema para seguir funcionando.

El resultado

Un sitio web internacional relanzado y una mayor agilidad en el marketing

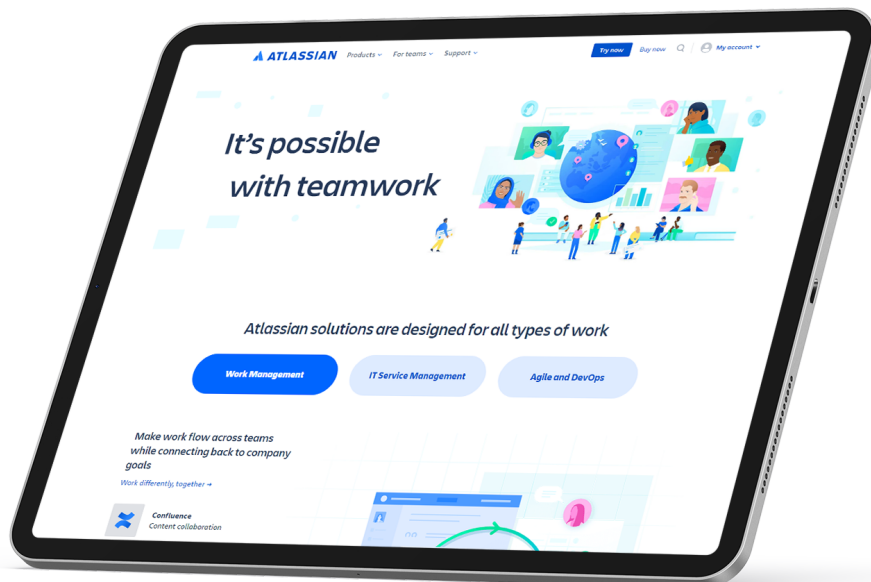
El traspaso a Magnolia supuso un nuevo comienzo para Atlassian.

La empresa usó esta oportunidad para rediseñar, reestructurar y relanzar todo el sitio de Atlassian.com.

Gracias a separar el contenido de la funcionalidad y el diseño con Magnolia CMS, los editores de contenido pueden crear rápidamente campañas con un aspecto fantástico, publicar contenido y notificar a los traductores por medio del flujo de trabajo cuándo tienen contenido para traducir, sin necesidad de contar con un desarrollador.

Los editores no son el único grupo de Atlassian para el que Magnolia les facilitó el trabajo. Los desarrolladores valoran a Magnolia por su versatilidad y por cómo les permite reunir recursos. Magnolia ayudó a Atlassian a poner todo en marcha rápidamente y ha fomentado una colaboración eficiente.

Con Magnolia, Atlassian puede utilizar su sitio web como un canal global de marketing y ventas en constante evolución para su negocio en crecimiento. Magnolia incrementó significativamente la agilidad interactiva del equipo de marketing, así como las herramientas de Atlassian para que los desarrolladores tengan mayor agilidad.



magnolia[®]

Magnolia International Ltd.

17 State Street, Suite 4000
New York, NY, 10004

(212) 739-0834
contact-us@magnolia-cms.com
magnolia-cms.com