



L2RM, mucho más que Call Tracking

Mejora la experiencia de tus leads y tus conversiones conectando tu marketing y tus ventas con L2RM

CONTENIDOS

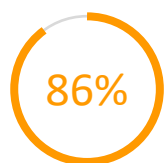
L2RM, mucho más que Call Tracking

1. Introducción	_____	Pág. 3
2. Call Tracking	_____	Pág. 4
3. L2RM	_____	Pág. 6
1. Lead Tracking	_____	Pág. 7
2. Lead Scoring	_____	Pág. 8
3. Lead Routing	_____	Pág. 9
4. Lead Nurturing	_____	Pág. 10
5. Analytics	_____	Pág. 11

INTRODUCCIÓN

L2RM, mucho más que Call Tracking

El universo de las compras traspasa la barrera del online. Cada día son más las personas que inician sus búsquedas online pero sin embargo, deciden finalizar su compra de forma offline, con la **asistencia de un agente de ventas**. Esta práctica, conocida como ROPO, Research Online Purchase Offline, es cada vez más frecuente en empresas B2C con productos complejos como: automoción, banca, educación, telco, energía, seguros y viajes.



de incremento en el volumen de llamadas por acciones de marketing desde 2014 (BIA /Kelsey).



de aumento en ventas por teléfono en 2019, previendo mantener la tendencia en 2020 (Diario Gestión).



más de rapidez en la conversión de llamadas frente a web leads (Forrester).

Y con ella, ha surgido la necesidad de descubrir más sobre el *lead journey*, desde que se interesan en online por el producto o servicio, hasta que convierten en offline.

Mediante esa atribución es posible:

- › **Optimizar** la inversión en marketing digital acorde a resultados reales.
- › **Mejorar** ratios de venta asistida.
- › **Reducir** los costes destinados a conversión (CPC, CPL, CPA, etc.).

El **tracking E2E de las conversiones** ofrece visibilidad en resultados de venta y facilita el balance de inversiones según performance, sin embargo, una estrategia Lead to Revenue Management, o L2RM, potenciará el valor de los leads para conseguir **con la misma inversión, mejores resultados**.

CALL TRACKING

Seguimiento de llamadas

La tecnología Call Tracking permite recoger toda la información asociada a un lead, desde que inicia una búsqueda en un entorno online y muestra interés en los productos o servicios de una marca, hasta que convierte mediante una llamada telefónica, es decir, haciendo uso de un canal offline.

Conoce el tracking online de tus conversiones offline

Call Tracking hace posible identificar el **origen** online de los leads, sus características y **acciones** previas a la venta y el resultado de su **conversión** en offline. De esta forma, es posible combinar la información para obtener un análisis completo del proceso de compra de los leads.



Gracias al seguimiento de llamadas logras una **mayor visibilidad sobre el modelo de atribución**, lo que permite optimizar las campañas de publicidad en función del ROI real de todas las acciones de una marca.

CALL TRACKING

Beneficios del seguimiento de llamadas

Permite

- › Descubrir el **origen online**, junto con toda la navegación digital, de aquellos leads que convierten mediante una llamada telefónica.
- › Conocer las **campañas y/o keywords** que más incitan a los clientes a ponerse en contacto con una marca, es decir, aquellas que potencian su decisión de compra.
- › Asociar las **visitas y/o eventos** de una web a conversiones concretas para entender la manera en que tus leads encaminan sus decisiones de compra.
- › Obtener una completa visibilidad sobre el **modelo de atribución** al recoger la información que se genera cuando los leads abandonan el mundo online para convertir en el offline.

Crear **audiencias** mejor segmentadas que permiten sacar el máximo provecho a las acciones de marketing, proporcionando así un mayor retorno. <

Personalizar el **customer journey** y adaptar los elementos de captación de los diferentes canales y entornos a las necesidades e intereses de los consumidores. <

Mejorar **procesos** con fundamento crítico mediante el uso de datos reales. <

Facilita

L2RM

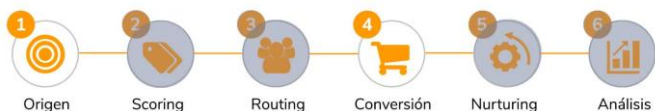
Más allá del Call Tracking

Lead to Revenue Management ayuda a las empresas con venta asistida a **mejorar sus conversiones sin incrementar sus inversiones** mediante procesos integrados, transparentes y automatizados como:

- › Lead Tracking (también de llamadas)
- › Lead Scoring
- › Lead Conversion
- › Lead Nurturing
- › Lead Attribution
- › Inteligencia Artificial



El tracking de llamadas es solo una pequeña parte de lo que L2RM puede ofrecer

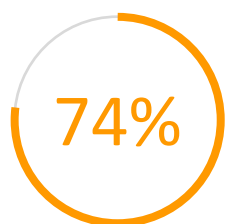


TRACKING

L2RM

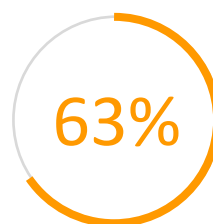
L2RM no solo ofrece información sobre el tracking online-offline de aquellas ventas que cierran vía llamada telefónica, sino mediante cualquier otra vía, ya sea **llamada, formulario, chat, chatbot o callbot**.

- Descubre la **fuentes, campaña y/o keyword** de origen.
- Identifica la **web y/o landing page** que originó cada visita.
- Determina qué **elemento de captación** originó cada cambio de visita a lead.
- Señala el **canal, cómo y cuándo** cada lead pasó, o no, a venta.
- Analiza los **resultados online y offline** con integración en las plataformas de marketing.



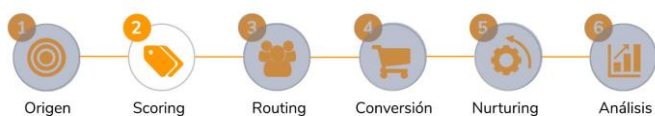
de los profesionales del marketing no pueden medir cómo sus esfuerzos impactan sus ventas

- Itsma / Vision Edge Marketing -



de la gente compra a través de un canal offline después de haber investigado online

- Comscore -

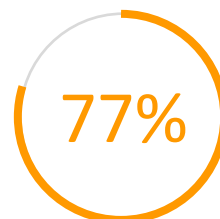


SCORING

L2RM

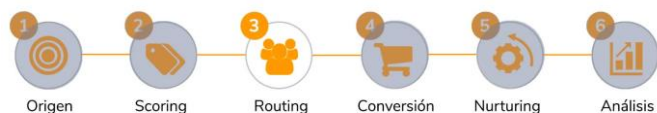
Dentro de una estrategia L2RM, Lead Scoring identifica la **probabilidad de convertir a venta** de cada uno de los leads.

- Conoce las **variaciones del scoring** de los leads a medida que avanzan en el proceso de compra y realizan acciones dentro de tu site.
- Adapta los elementos de captación a la probabilidad de conversión de cada lead para enviar a cada uno a su **punto óptimo de conversión**.
- Optimiza la **inversión en canales de conversión** destinando aquellos leads con menor probabilidad de venta a los canales de menor coste.
- **Libera** los canales de conversión con mayor coste y destinarlos a los leads con mayor probabilidad de venta.
- **Ordena y prioriza** la atención de los leads de acuerdo con su probabilidad de convertir a venta.
- **Segmenta las audiencias** para entender la probabilidad de conversión de grupos formados por características comunes.
- Define acciones post-venta de **retargeting, cross-selling y/o upselling** optimizadas acorde al porcentaje de conversión de cada lead.



Lead Scoring potencia el incremento del ROI en generación de leads en un 77%

- Marketing Sherpa -



ROUTING

L2RM

Guía a los leads a lo largo del proceso de compra para **propiciar su conversión** mediante Inteligencia Artificial o de acuerdo con tus reglas de negocio.

- Destina cada lead a su **canal de venta idóneo**; call center, chat, chatbot, etc.
- Conduce cada lead al **agente venta idóneo**, ya sea en call center o chat, según la probabilidad de conversión atendiendo a su histórico de venta en leads similares.
- Facilita a los agentes de venta la **personalización del discurso** gracias a la información recogida previa a la interacción con los mismos.



Si el agente de ventas idóneo responde a un lead de la manera correcta a los 5 minutos de mostrar interés:

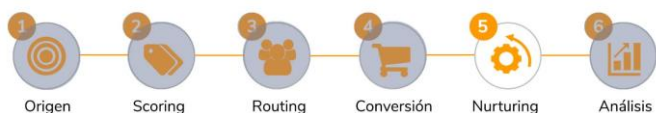
10x

más de probabilidad de contactar al lead de manera exitosa

6x

más de probabilidad de cualificar ese lead

- James Oldroyd, PhD Professor MIT -

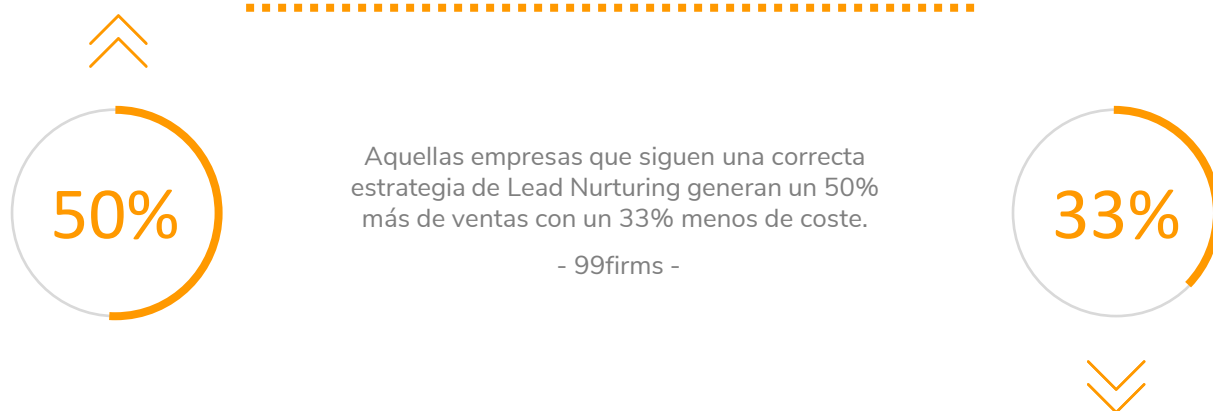


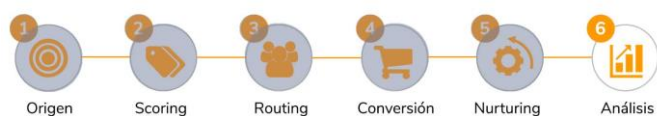
NURTURING

L2RM

Diseña acciones personalizadas mediante llamada, SMS o email para **favorecer el cierre** de aquellos leads no convertidos en un primer intento.

- Devuelve los leads al funnel para contar con **nuevas oportunidades de conversión**.
- Organiza **acciones personalizadas e individualizadas** para cada uno de los leads acorde a los pasos seguidos por estos a lo largo del proceso de venta.
- Lanza a cada lead el **impacto que resulte más efectivo**, atendiendo a su caso concreto, para propiciar la conversión.
- Define los **canales de conversión y momentos** más adecuados para lanzar dichos impactos.
- **Optimiza la inversión** realizada inicialmente.





ANÁLISIS

L2RM

Obtén reportes completos mediante la recogida del tracking online y offline de las visitas, leads y ventas para una **mayor visibilidad de tu modelo de atribución** y mejor comprensión de la eficacia del proceso de venta.

- Integra las soluciones L2RM con **los canales de venta asistida** (online y offline) y **plataformas de marketing y analítica** (Google Ads, DoubleClick, Facebook, etc.) para conseguir informes con mayor y mejor información.
- Identifica aquellas campañas de marketing con una mejor tasa de conversión, atribuye la **inversión publicitaria online a conversiones online y offline** concretas y optimiza las inversiones.
- Recibe datos del **tracking online** de los leads que llegaron a los canales de venta asistida.
- Obtén una visión más detallada de **cómo se comporta el tráfico** de la página web y qué eventos genera.
- Alimenta el funnel de ventas con información acerca de **interacciones online y offline**.
- **Enriquece las audiencias** y segmentos con información acerca de las conversiones online y offline.
- Personaliza el **lead/customer journey** según las necesidades e intereses de los leads y clientes.



Contáctanos

Somos la **compañía de tecnología líder** en servicios basados en inteligencia de negocio para la gestión integrada de leads en los distintos canales, la automatización y la conversión eficiente a ventas

Gestionamos más de **48M de leads al año** para más de 50 clientes, en más de 18 países y eso, nos mantiene a la vanguardia desde 2007.

QUIERO SABER MÁS