

Generación de leads

Cómo conseguir clientes potenciales de calidad y a escala con Google

Es momento de repensar tu estrategia de generación de leads

Mira cómo hacerlo con nuestras últimas innovaciones en Ads



Deb Reyes

Gerente de Productos y Soluciones para Google Hispanoamérica

A medida que nos acercamos al final de 2020, llega el momento de revisar la forma en que identificamos y contactamos a nuestros potenciales clientes. Debemos dejar de priorizar el volumen o el costo para centrarnos en el valor de cada cliente potencial, con la ayuda de mejores datos y una mayor automatización.

El ritmo del cambio se aceleró. Las circunstancias creadas por la pandemia de COVID-19 generaron cambios en los deseos y necesidades tanto de los consumidores como de los negocios. Los usuarios están más cómodos haciendo las cosas digitalmente y buscan que las marcas los acompañen en cada etapa de su recorrido. El ir y venir entre espacios online y offline puede hacer difícil conectar a algunos clientes potenciales, captados en las campañas, con aquellos que realizaron las ventas finales. Al mismo tiempo, la disminución del uso de cookies de terceros cambiará la forma en que los especialistas en marketing miden sus resultados.

Es momento de invertir en las ventas finales y no únicamente en leads. Los anunciantes más destacados están pasando de las estrategias tradicionales de generación leads a estrategias inteligentes para generar clientes potenciales de calidad, que les permitan capturar las oportunidades en tiempo real.

En un mercado dinámico, la automatización es la mejor manera de convertir leads en ventas. No alcanza con mejorar productos o expandirse a nuevos canales. En la actualidad, para crecer, es fundamental captar la demanda de forma dinámica. ¿Cómo? Nuestras soluciones de automatización analizan miles de millones de señales para conocer los intereses de los consumidores en tiempo real. Al combinar estos datos anónimos con los datos propios de las empresas, se puede maximizar la llegada a los clientes más rentables. Las empresas que integran múltiples fuentes de datos consiguen hasta un 30% de ahorro en los costos y un 20% de aumento en los beneficios.³



55%

de los consumidores latinoamericanos de habla hispana prefieren comprar a una compañía o **una marca que les ofrezca diferentes formas de conectarse.**¹

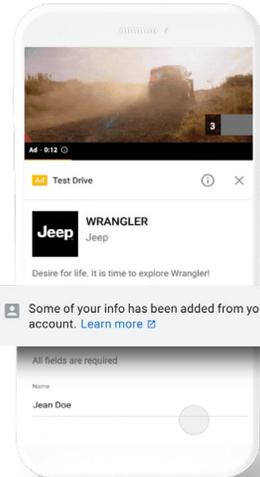


75%

En julio, en el marco del COVID-19, el 75% de los consumidores de México **descubrieron nuevas marcas a través de internet.**²

Google desarrolló nuevas funcionalidades para ayudarte a generar, más rápidamente, leads de alta calidad

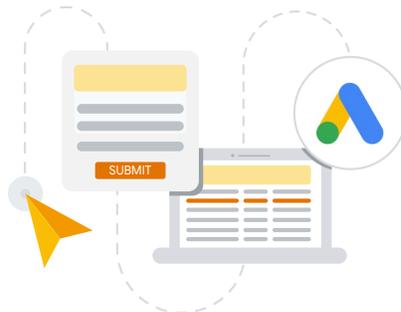
Nuestras últimas innovaciones te ayudarán a lograr dos objetivos clave:



Generar leads de calidad

con nuevos formatos de anuncios

Con las extensiones de formulario de clientes potenciales, ahora puedes incluir un formulario directamente en tu anuncio. Esta extensión es una forma fácil de pedir a la gente que comparta información relevante antes de visitar tu sitio. Las extensiones de formulario de clientes potenciales están disponibles en todo el paquete de productos de Google (Búsqueda, YouTube, Discovery y Display, que se lanzará a finales de este año).



BETA

Convertir más leads en ventas

con las nuevas soluciones de medición

Estamos simplificando la importación de conversiones sin conexión, y ahora podrás utilizar directamente la información recibida en los formularios de clientes potenciales, como las direcciones de correo electrónico, por ejemplo. Así, ya no será necesario modificar los formularios o sistemas CRM para usar el seguimiento de conversiones sin conexión.

Google te ayuda a acelerar tu transformación digital.

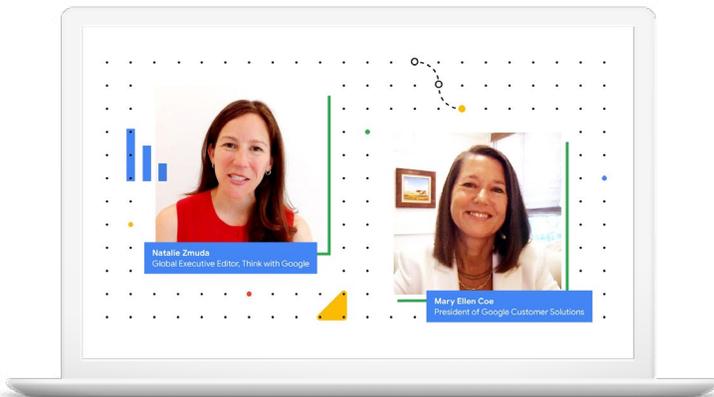
Prepárate para lo que viene. Utiliza la automatización para integrar las señales que tus consumidores dejan tanto online como offline y generar leads calificados.

Inspírate en quienes lo hacen mejor

Usa la automatización para capturar nuevas oportunidades en tiempo real

Tres principios básicos para generar leads, de la Presidenta de Soluciones para Clientes de Google

Mary Ellen Coe, Presidenta de Soluciones para Clientes de Google, cuenta cómo algunos anunciantes utilizan las señales y la automatización para generar clientes potenciales de alta calidad y mejorar así sus resultados de negocios.



Comunicaciones clave

- ✓ **Revisa las bases de tu estrategia.**
Usa la automatización para asegurarte de que tus palabras clave, tu estrategia de audiencia y la creatividad se adapten a los cambios cada vez más veloces de los consumidores.
- ✓ **Mide de manera integral.**
La generación de leads implica recorridos individuales complejos, con muchos puntos de contacto. Realiza un seguimiento de lo que sucede offline (ventas cerradas) y usa la información para entender cómo son tus clientes potenciales más calificados. Combina los datos con una estrategia de oferta automatizada para encontrar a los clientes potenciales con más probabilidades de comprar tu producto o servicio.
- ✓ **Utiliza un enfoque de prueba y aprendizaje.**
Adáptate a los cambios en la demanda de los consumidores probando nuevos formatos de anuncios que mejoren la experiencia, por ejemplo, permitiéndoles contactarse directamente desde el anuncio.

Cómo obtener un gran alcance en puntos clave de contacto

Utilizando la enorme cantidad de información generada a través de múltiples plataformas, el Banco Scotiabank Colpatria, en Colombia, buscó ofrecer experiencias relevantes y personalizadas a los consumidores con más posibilidades de convertir para maximizar el uso de tarjetas de crédito de forma online.

El equipo de Marketing Digital de la Digital Factory de Scotiabank Colpatria nos comparte las claves que permitieron al banco disminuir el CPA, al mismo tiempo que aumentaban los clics y las conversiones.



Comunicaciones clave

- ✓ **Innovar con nuevos formatos de anuncios para generar leads calificados.**
El uso de Discovery Campaigns, una nueva solución que, a través de propiedades destacadas de Google como YouTube Home Feed y Gmail, ofreció tarjetas de una forma 100% digital, logró impactar a los consumidores en los momentos más relevantes de la búsqueda.
- ✓ **Usar las señales de intención.**
La segmentación por audiencias permite enfocarse en las señales de intención y en los intereses de los usuarios y llegar a ellos con anuncios personalizados en diferentes puntos del recorrido.
- ✓ **Adaptarse a los nuevos comportamientos de los consumidores.**
Ofrecer experiencias simples y personalizadas maximiza la efectividad de las campañas al conectar con los clientes potenciales más valiosos por medio de mensajes relevantes, ubicados estratégicamente en la web.

Aprovecha al máximo tu inversión publicitaria

Basa en este modelo tu estrategia de generación de leads

ETAPA 1



Enfócate en lo esencial

Empieza por refrescar lo básico. Asegúrate de ponerte al alcance de los consumidores más interesados en tus productos o servicios y con más probabilidades de convertirse en clientes.

ETAPA 2



Consigue leads de calidad

Amplía tu base de clientes utilizando diferentes formatos de anuncios a través de todas las plataformas de Google. Utiliza formatos que permitan a los clientes potenciales calificados mostrar su intención en el momento, por medio de una llamada o un formulario.

ETAPA 3



Convierte más leads en ventas

Mejora la calidad de tus leads con la automatización, que ajustará tus anuncios automáticamente y en tiempo real a las necesidades cambiantes de los consumidores e impulsará el crecimiento, al encontrar a los clientes con mayor probabilidad de conversión.

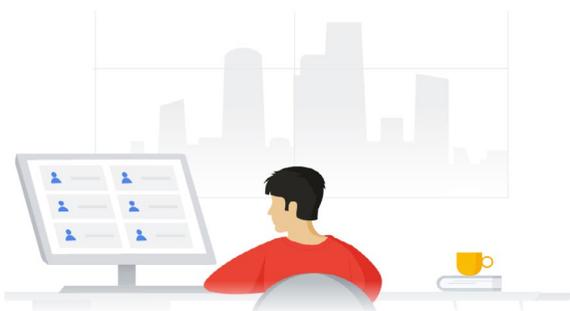
Aprende más sobre cada etapa con nuestras últimas capacitaciones de productos



ETAPA 1 Enfócate en lo esencial

Conceptos básicos para conseguir leads de calidad con Google Ads

En esta capacitación de Skillshop, descubrirás las herramientas y estrategias básicas que puedes usar para generar leads de calidad y alcanzar tus objetivos de negocio.



Comunicaciones clave

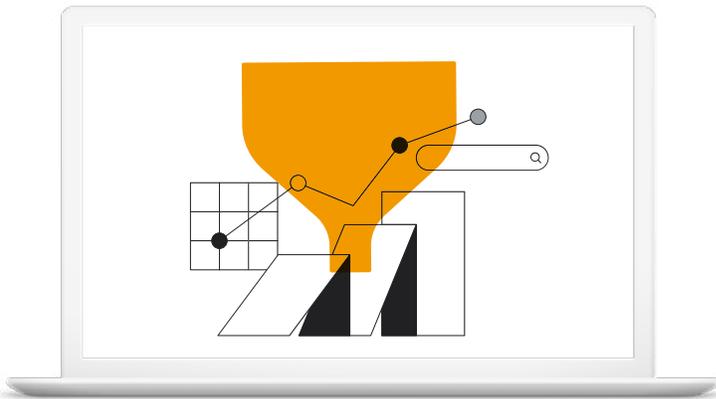
- ✓ Mide correctamente tus objetivos comerciales con herramientas como el seguimiento de conversiones para evaluar los resultados de tu campaña.
- ✓ Alcanza tus objetivos de rendimiento con anuncios relevantes, mensajes correctos y creatividades de alto impacto.
- ✓ Llega a clientes valiosos en Búsqueda y Display, conéctate con tu público en YouTube y analiza y optimiza tus campañas con datos de conversiones para conseguir leads de mayor calidad.



ETAPA 2 Consigue leads de calidad

Conoce los nuevos formatos de Google para la generación de leads

En esta nueva capacitación, los expertos en productos de Google analizan cómo encontrar leads calificados utilizando formatos de anuncios que se extienden por todo el ecosistema de Google, incluyendo los anuncios de llamada y las extensiones de formulario de clientes potenciales.

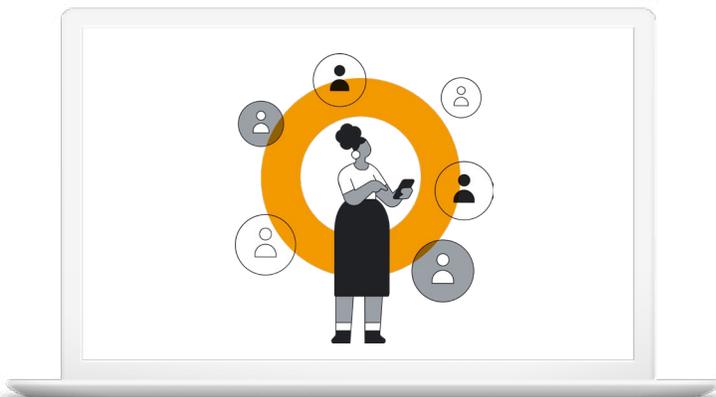


Comunicaciones clave

- ✓ Utiliza las extensiones de formulario de clientes potenciales en Búsqueda, YouTube, Discovery y Display para captar el interés o impulsar suscripciones. Integra Google Ads directamente con tu sistema de gestión CRM para recibir datos en tiempo real, o utiliza la nueva integración de Zapier para una configuración más simple.
- ✓ Si tu empresa valora el contacto directo, vende productos complejos o necesita ayuda para impulsar las ventas en línea, utiliza los anuncios de llamadas para conseguir leads de mayor calidad. Las conversiones de llamadas telefónicas importadas te permitirán realizar un seguimiento de las llamadas más valiosas y mejorar tu estrategia de Google Ads.

Descubre cómo potenciar la generación de leads

En este evento virtual, los expertos en producto de Google te cuentan las últimas novedades sobre cómo conseguir clientes potenciales de calidad, a escala.



Comunicaciones clave

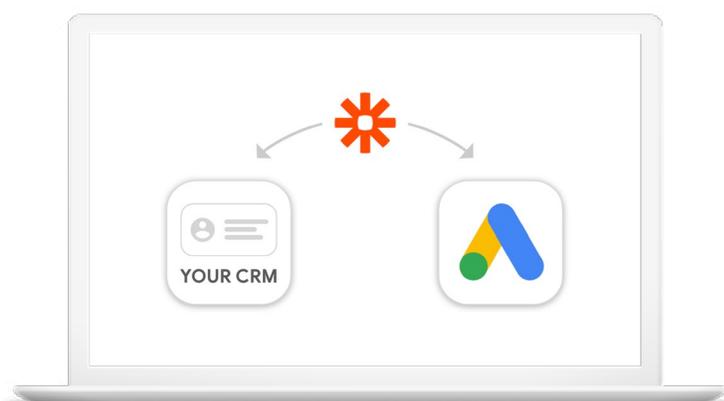
- ✓ Utiliza las audiencias de Google y el seguimiento de conversiones offline para identificar los diferentes niveles de intención y mejorar la calidad de tus clientes potenciales.
- ✓ Incorpora soluciones automatizadas como las Ofertas Inteligentes y formatos de anuncios de búsqueda responsivos y dinámicos para llegar a los clientes con más posibilidades de convertir.
- ✓ YouTube te permite alcanzar a más clientes, potenciar tus campañas de búsqueda con audiencias de intención personalizada e impulsar a la acción con TrueView for Action.
- ✓ Aprovecha el aprendizaje automático y la automatización para personalizar tus anuncios a escala en la Red de Display.



ETAPA 3 Convierte más leads en ventas

Mira cómo integrar los datos offline de tus clientes con Google Ads

En esta sesión, los expertos en productos de Google te mostrarán cómo implementar el seguimiento de conversiones sin conexión mediante Zapier, una herramienta de automatización en línea, para que puedas mejorar la calidad de tus leads utilizando la información propia de tu empresa.



Comunicaciones clave

- ✓ Valora adecuadamente las etapas del recorrido del consumidor que se producen offline, como los acuerdos cerrados o las ventas por teléfono, importando estas conversiones directamente a Google Ads con el seguimiento de conversiones sin conexión.
- ✓ Zapier facilita la importación de las conversiones sin conexión y reduce significativamente el trabajo técnico necesario para integrar tu CRM a Google Ads.

Optimiza tus campañas en función de las ventas offline con Smart Bidding

En esta sesión, los expertos en productos de Google te muestran cómo optimizar tus campañas para generar conversiones que hagan crecer tu negocio, utilizando soluciones automatizadas que te permitan conseguir leads de alta calidad de forma más eficiente y sacar el máximo provecho de tus inversiones en marketing.



Comunicaciones clave

- ✓ Logra una ventaja competitiva valorando adecuadamente las diferentes etapas del recorrido de tus leads hacia la compra.
- ✓ Selecciona las conversiones fuera de línea (offline) que deseas medir, asigna valores de conversión y mejora los informes de rendimiento con columnas personalizadas.
- ✓ Optimiza tus resultados de negocio eligiendo las acciones de conversión más valiosas, y utilizando la estrategia de Oferta inteligente que mejor se adapte a tus objetivos de marketing.

Consulta la sección de generación de leads en el [Centro de Soluciones de Publicidad](#) para encontrar más contenidos y actualizaciones de productos que te ayuden a generar leads calificados.

Aprende de las marcas que mejoran sus resultados generando leads de alta calidad



Totalplay es un proveedor de telecomunicaciones que ofrece servicios de Internet, televisión y telefonía de alta velocidad en 20 ciudades de México. Si bien contaba con un gran volumen de leads, tenía dificultades para transformar estos datos en ventas. Para mejorar esto, añadió extensiones de formulario de clientes potenciales en algunas de sus campañas de Búsqueda, con lo que logró aumentar en un 20% el porcentaje de ventas. En la actualidad, planea agregar esta extensión en todas sus campañas e integrar los datos con su CRM para seguir convirtiendo más leads en ventas.

+20% aumento
en ventas



GetNinjas es la mayor plataforma de contratación de servicios de Brasil y recientemente ha desembarcado en el mercado mexicano. Como en muchos casos pasaban hasta 72 horas para que alguien que busca un servicio se conecte con un profesional local, resultaba difícil valorar los beneficios y se hacía necesario optimizar el valor de conversión. En colaboración con el equipo de Google, GetNinjas introdujo el seguimiento de conversiones sin conexión (offline) para aprovechar los datos propios, específicamente los ingresos, y distinguir a los clientes potenciales con más posibilidades de convertir. Una vez que pudieron establecer un valor de conversión real, adoptaron una estrategia de Oferta Inteligente de ROAS objetivo, que les permitió aumentar un 54% la tasa de conversión y disminuir un 23% el costo. Esta estrategia resultó en un aumento del 51% en los beneficios globales.

+54% aumento
en conversiones

23% disminución
en ventas

+51% en aumento en los
beneficios globales

Sigue estos pasos para mejorar la generación de leads con Google



ETAPA 1 Enfócate en lo esencial

01 Asegúrate de contar con una correcta selección de palabras clave y una buena calidad creativa

La búsqueda de los consumidores es dinámica, con nuevas consultas todos los días. Asegúrate de revisar periódicamente tu [nivel de optimización](#) en la página de Recomendaciones, añade nuevas palabras clave relevantes para tu negocio y asegúrate de que tus anuncios sean siempre relevantes para una audiencia dinámica.

02 Activa Smart Bidding para alcanzar tus objetivos

Dependiendo de tus objetivos, utiliza una [estrategia de oferta de maximizar conversiones](#) para conseguir el mayor número de clientes potenciales dentro de un presupuesto específico, o una [oferta de CPA](#) objetivo para maximizar los clientes potenciales dentro de un objetivo de costo por *lead*.



ETAPA 2 Consigue leads de calidad

03 Utiliza anuncios de llamada, extensiones de llamada y extensiones de formulario de clientes potenciales

Las [extensiones de llamada](#) y los [anuncios de llamada](#) invitan a las personas a llamar a tu empresa para obtener más información y proporcionan datos sobre las llamadas recibidas, como la grabación de llamadas y la duración de las mismas, en el informe de llamadas de Google Ads.

Las [extensiones de formulario de clientes potenciales](#) en Búsqueda permiten que los usuarios hagan clic en un llamado a la acción, como por ejemplo, "Obtener un presupuesto" o "Registrarse", y accedan directamente a un formulario personalizado alojado en Google, con el que pueden enviar su consulta.



ETAPA 3 Convierte más leads en ventas

04 Integra las conversiones offline

Mide lo que sucede offline después de un clic en tu anuncio o una llamada a tu negocio. Importa las conversiones offline para abastecer a tus estrategias de marketing con datos valiosos de leads calificados.

- Importa [todas las conversiones sin conexión](#).
- [Asigna valores de conversión](#) para abastecer a tus estrategias de marketing con datos valiosos de leads de alta calidad.

05 Usa columnas personalizadas y Smart Bidding

Con los datos de clientes potenciales de alta calidad disponibles, puedes empezar a desarrollar estrategias de crecimiento basadas en tus objetivos de negocio.

- Activa [Smart Bidding](#) para mejorar los resultados comerciales.
- Usa [columnas personalizadas](#) para mejorar la toma de decisiones.

06 Evalúa tu desempeño

Mide el valor total de tus campañas de Google Ads. Revisa el rendimiento semanalmente y utiliza el [nivel de optimización](#) para mejorar los resultados.

Utiliza estas herramientas para sacar el máximo provecho de tu inversión en Google Ads



Experiencia de usuario

Prueba mi sitio te da un análisis inmediato de la velocidad de tu sitio móvil y recomendaciones sobre cómo mejorarla.



Desempeño

Usa el **Planificador de Rendimiento** para crear planes de inversión publicitaria y ver cómo los cambios en las campañas pueden afectar a las métricas clave y al rendimiento general.



Optimización

Usa el **nivel de optimización** para obtener una estimación del rendimiento de tu cuenta de Google Ads. Verás una lista de recomendaciones que pueden ayudarte a mejorar cada campaña.



La **segmentación por clientes** es una herramienta que te ayuda a sacar el máximo provecho de tus propios datos (online y offline). Facilita el diálogo con tus mejores clientes, ya sea creando una conexión online con un cliente offline o mejorando las relaciones existentes con un mensaje personalizado.

Fuentes

1. Google/Ipsos, Global Retail Study, n=2502, SPLA, Mar 1st - 12th, 2019, Online survey, Hispanic Americans, online 18+ who shopped in the last week.
2. Google /Ipsos seguimiento durante el COVID-19: MX n=1000 consumidores online 18+ por mercado. Del 16 al 19 de julio.
3. BCG. Marketing responsable con datos de primera mano. Mayo 2020.