



CASO DE ÉXITO

Cómo una estrategia integral de marketing digital resolvió los principales desafíos del sector biotech y aceleró su crecimiento

A black and white photograph of a person wearing a white fencing jacket, holding a black fencing mask with both hands. The mask has a silver-colored faceplate with a cross-like pattern. The person's face is partially visible through the mask's mesh.

DESAFÍO

Una empresa biotecnológica española líder en soluciones naturales para la agricultura, enfrentaba desafíos significativos en su estrategia de marketing digital. A pesar de su enfoque innovador en ofrecer alternativas naturales a los productos químicos de síntesis, la empresa se encontraba con las siguientes dificultades

Principales "pains" a resolver:

- Baja visibilidad online y escasa presencia en motores de búsqueda.
- Ciclos de ventas largos y procesos de conversión lentos.
- Dificultad en la captación de leads cualificados.
- Necesidad de medir y justificar el ROI de las acciones de marketing.

Estos problemas afectaban directamente su crecimiento comercial y la eficiencia de su equipo de ventas, ya que dependían en gran medida de estrategias tradicionales en un sector altamente competitivo.

ESTRATEGIA

BGAN LAB desarrolló un plan integral basado en SEO, automatización de marketing, optimización de la conversión y medición del ROI. Los resultados de esta estrategia se pueden observar en los siguientes gráficos.

AUMENTO DEL TRÁFICO ORGÁNICO Y VISIBILIDAD ONLINE

Objetivo: Mejorar la presencia en motores de búsqueda y aumentar el tráfico web cualificado.

- **Optimización SEO:** Implementación de estrategias de contenido y keywords específicas del sector biotech.
- **Campañas de contenidos educativos:** Publicaciones técnicas en blogs, whitepapers y webinars con expertos.
- **Publicidad en Google Ads y LinkedIn Ads:** dirigidas a profesionales del sector agrícola y biotecnológico

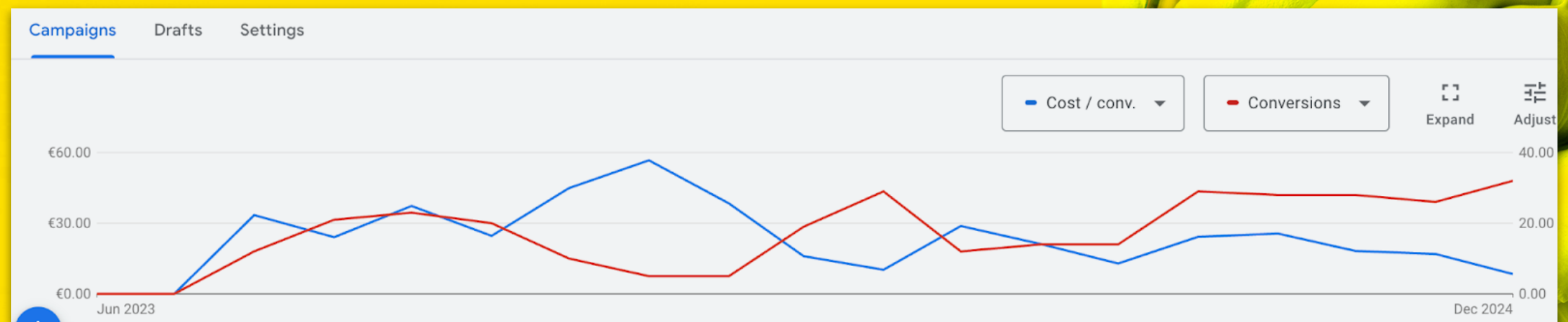


Resultados:

- Crecimiento sostenido del tráfico orgánico llegando a más de 8K visitas/mes.
- Mayor eficiencia en la captación de leads mediante estrategias de publicidad en Google Ads y LinkedIn Ads: Orientadas a profesionales del sector salud y laboratorios clínicos.



El gráfico muestra un aumento constante del tráfico orgánico, confirmando el éxito de las estrategias SEO y de contenido en la captación de visitantes cualificados.



El gráfico muestra un crecimiento sostenido en de las conversiones y una bajada del CPL

REDUCCIÓN DEL CICLO DE VENTAS MEDIANTE AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING

Objetivo: Acelerar la conversión de leads a oportunidades comerciales.

- Lead nurturing a través de email marketing automatizado.
- Segmentación avanzada de leads según interacciones y nivel de interés.
- Chatbots y formularios inteligentes para captación inmediata de leads cualificados.

Resultados:

- 29.16% de tasa de apertura promedio en campañas de email (por encima del estándar del sector).
- 33.36% de tasa de clics en emails, mostrando alto nivel de engagement.
- 9.73% de tasa de conversión en emails, generando leads listos para ventas.

Nombre de campaña	Asunto de campaña	Fecha de último envío	Número de envíos	Número de aperturas	Número de clics	Número de cancelación de suscripción	Número de rebotes	Tasa de apertura	Haz clic para abrir tasa	Tasa de clics	Tasa de cancelación de suscripción	Tasa de reenvíos
AE_EVALUATION	I think t...	2024-1...	5	2	2	0	0	40.00%	100.00%	40.00%	0.00%	0.00%
AE_CONSIDERATION	No mor...	2024-1...	6	3	2	0	0	50.00%	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%
AE_GRACIAS DESCARGA CONTENIDO	Thank ...	2024-1...	15	2	0	0	5	13.33%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
NEW Email EMAIL DATASHEET DOWNLOAD: Activation E...	Here's ...	2024-1...	8	6	5	0	0	75.00%	83.33%	62.50%	0.00%	0.00%
AE_AWARENESS	The be...	2024-1...	6	3	2	0	0	50.00%	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%
NEWSLETTER_12/24_Welcome to the CEO's corner: What...	Welco...	2024-1...	1,050	329	29	10	11	31.33%	8.81%	2.76%	0.95%	0.00%
NEW Email EMAIL EBOOK_ODA CA and other TM Forum ...	Here's ...	2024-1...	8	5	3	0	2	62.50%	60.00%	37.50%	0.00%	0.00%
NEW Email EMAIL EBOOK_ODA CA and other TM Forum ...	Here's ...	2024-1...	2	1	1	0	1	50.00%	100.00%	50.00%	0.00%	0.00%
OM_GRACIAS DESCARGA CONTENIDO	Thank ...	2024-1...	29	16	2	0	3	55.17%	12.50%	6.90%	0.00%	0.00%
NEW Email EMAIL DATASHEET DOWNLOAD: Order Mana...	Here's ...	2024-1...	2	1	0	0	1	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Embrace a new era of digital transformation in SATCOM	Here's ...	2024-1...	6	6	5	0	1	100.00%	83.33%	83.33%	0.00%	0.00%
NEW Email EMAIL DATASHEET DOWNLOAD: Unified Cata...	Here's ...	2024-1...	5	2	2	0	1	40.00%	100.00%	40.00%	0.00%	0.00%
UC_GRACIAS DESCARGA CONTENIDO	Thank ...	2024-1...	5	2	1	0	1	40.00%	50.00%	20.00%	0.00%	0.00%
NEW Email EMAIL DATASHEET DOWNLOAD: Service Inve...	Here's ...	2024-1...	6	4	3	0	1	66.67%	75.00%	50.00%	0.00%	0.00%
NEWSLETTER_10/24_Newsletter germany connected	Ready f...	2024-1...	1,061	240	16	4	5	22.62%	6.67%	1.51%	0.38%	0.00%
NEWSLETTER_10/24_Interview with TM Forum	Why is ...	2024-1...	1,076	286	30	6	10	26.58%	10.49%	2.79%	0.56%	0.00%
NEWSLETTER_08/24_It's about integrating	It's abo...	2024-0...	1,086	205	25	8	7	18.88%	12.20%	2.30%	0.74%	0.00%
NEW Email EMAIL EBOOK_ODA CA and other TM Forum ...	Here's ...	2024-0...	7	5	4	1	0	71.43%	80.00%	57.14%	14.29%	0.00%
NEW Email EMAIL DATASHEET DOWNLOAD: Digital Fibre ...	Here's ...	2024-0...	4	1	0	0	1	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
NEWSLETTER_06/24_Highlights from DTW-24	Highlig...	2024-0...	1,095	269	23	3	9	24.57%	8.55%	2.10%	0.27%	0.00%
NEWSLETTER_06/24_Did you miss it? Watch it on deman...	Did you...	2024-0...	326	115	28	0	0	35.28%	24.35%	8.59%	0.00%	0.00%
NEWSLETTER_06/24_Webinar	Save th...	2024-0...	1,106	427	216	14	7	38.61%	50.59%	19.53%	1.27%	0.00%
NEWSLETTER_05/24_DTW24	Get rea...	2024-0...	1,069	567	409	355	2	53.04%	72.13%	38.26%	33.21%	0.00%
Totales			19,338	5,639	1,881	485	335	29.16%	33.36%	9.73%	2.51%	0.00%

El cuarto gráfico muestra el rendimiento de las campañas de email marketing, evidenciando una alta tasa de apertura y clics en las acciones de nurturing y conversión.



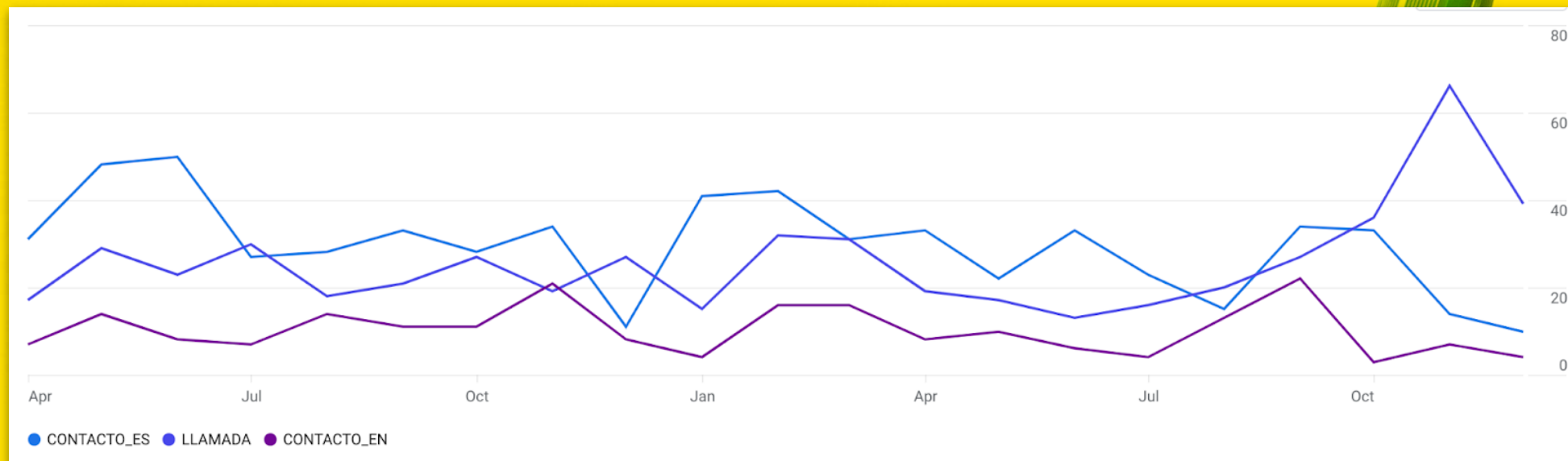
OPTIMIZACIÓN DEL PIPELINE DE VENTAS Y MEJORA EN LA CONVERSIÓN DE LEADS

Objetivo: Captar leads cualificados y mejorar su conversión a oportunidades comerciales.

- Campañas hipersegmentadas en LinkedIn y Google Ads enfocadas en decision-makers de hospitales y laboratorios.
- Estrategia ABM (Account-Based Marketing) para grandes cuentas estratégicas.
- Implementación de dashboards en CRM para medir impacto y ROI de las campañas.

Resultados:

- Incremento de contactos comerciales Crecimiento en solicitudes de información y llamadas de ventas.
- Aumento de conversiones desde tráfico orgánico y Paid Search, reflejado en el modelo de atribución multicanal.



El gráfico muestra el incremento en las interacciones de contacto y llamadas comerciales, lo que demuestra una mayor generación de oportunidades comerciales.

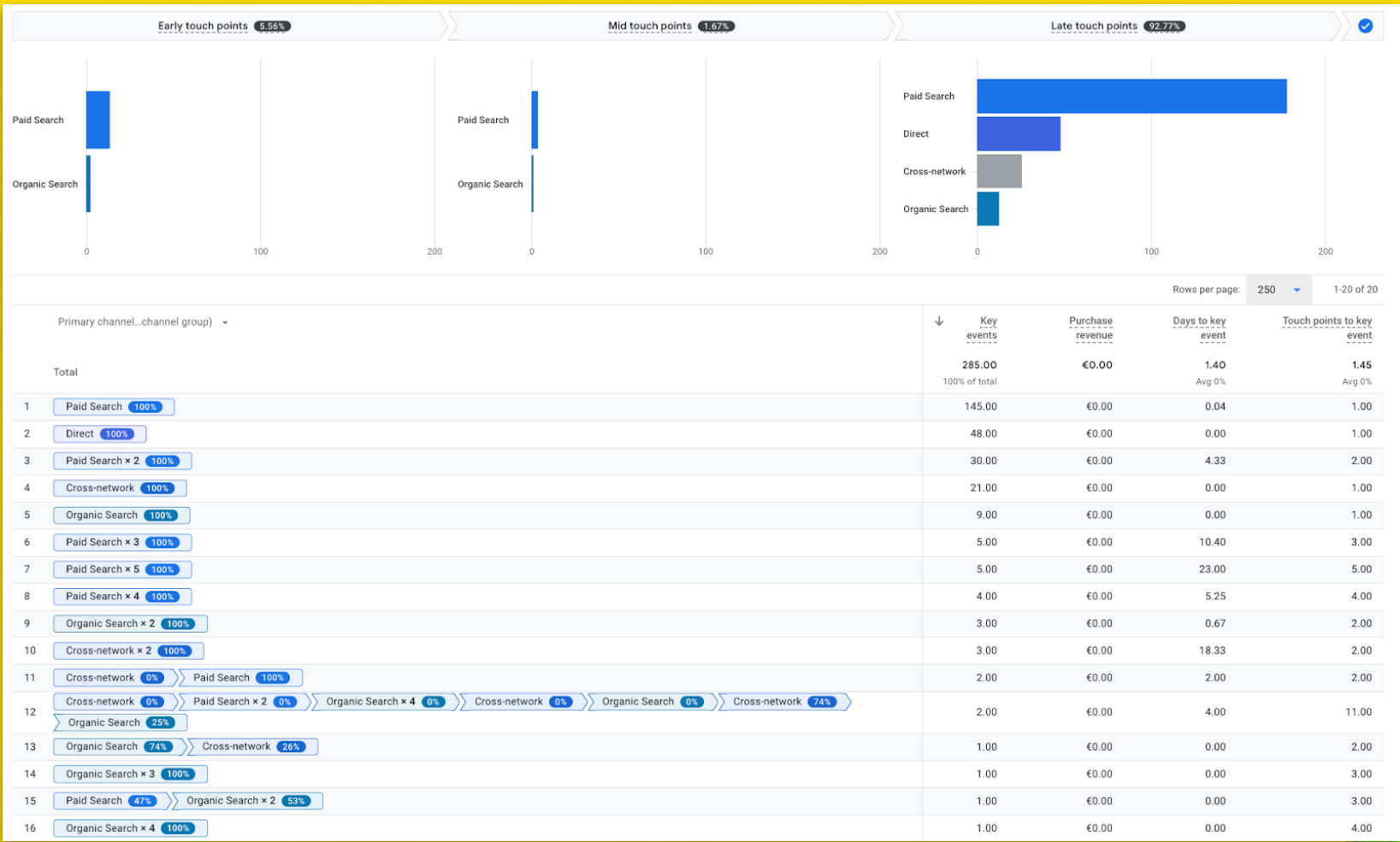
MEDICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ROI DE LAS ACCIONES DE MARKETING

Objetivo: Implementar una medición precisa del impacto del marketing en las ventas y optimizar la inversión.

- Integración de dashboards en Google Analytics y CRM.
- Modelo de atribución multicanal para identificar qué acciones generan más conversiones.
- Optimización continua de campañas basada en datos.

Resultados:

- 92.77% de las conversiones atribuidas a Paid Search y Direct, lo que demuestra la efectividad de la estrategia digital.
- Menos de 1.5 días en promedio para la conversión de eventos clave, acelerando la toma de decisiones de los prospectos.
- Incremento del 30% en el ROI de marketing, permitiendo una inversión más eficiente en canales de alto rendimiento.



El segundo gráfico de atribución multicanal muestra cómo Paid Search y tráfico directo/SEO fueron los principales impulsores de conversión, validando el enfoque de campañas de captación y remarketing.

IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Resultados clave:

- +80% de crecimiento en tráfico orgánico en menos de 24 meses.
- Reducción del 30% en el ciclo de ventas, acelerando conversiones de leads cualificados.
- Incremento del 60% en generación de leads cualificados con estrategias ABM y campañas de Ads.
- Mayor visibilidad y posicionamiento en el sector biotech, consolidando como un referente digital.
- Mejor medición y atribución de ROI, optimizando la inversión en marketing.

