



CASO DE ÉXITO B2B

S E C T O R Q U Í M I C O

B G A N A G E N C Y



CONTEXTO Y DESAFÍO

Empresa innovadora en el sector químico B2B **aplicado a la cosmética y la dermatología**, desarrolla soluciones para el **bienestar de la piel y la gestión de sensaciones cutáneas**. A pesar de su liderazgo en I+D, enfrentaba desafíos específicos en su estrategia digital:

Principales desafíos a resolver:

Necesidad de **medir con precisión** el impacto de las campañas de marketing.

Altos costos de adquisición y optimización de recursos.

OPTIMIZACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS

Objetivo:

Medir y mejorar el retorno de la inversión (ROI).

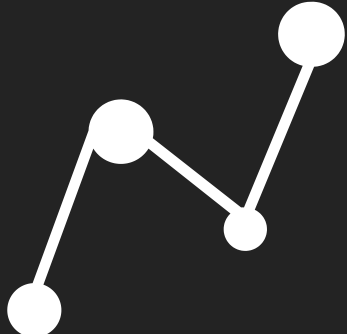
Estrategias:

- ✓ Integración de **Google Analytics avanzado y paneles de control en CRM** para rastrear conversiones.
- ✓ Adopción de un **modelo de atribución multicanal** para optimizar el gasto en publicidad.



RESULTADOS:

Mejora del ROI de marketing, pasando de 1.2 a 1.8



OPTIMIZACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS



REDUCCIÓN DEL COSTO POR LEAD

Objetivo:

Disminuir los costos de adquisición mejorando la eficiencia de las campañas.

Estrategias:

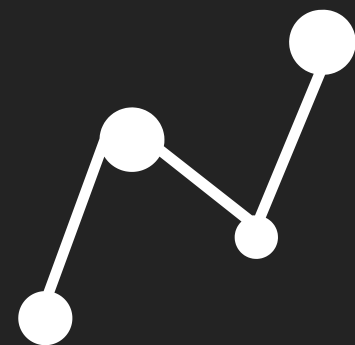
- ✓ Optimización del **segmento y la audiencia** en plataformas digitales.
- ✓ Implementación de **campañas de retargeting** para mejorar la conversión de visitantes en leads cualificados.



RESULTADOS:

Reducción del costo por lead **de 50\$ a 40\$**

REDUCCIÓN DEL COSTO POR LEAD



MEJORA DE LA PERCEPCIÓN DE LA MARCA

Objetivo:

Fortalecer la reputación de la empresa a través de una mayor interacción positiva.

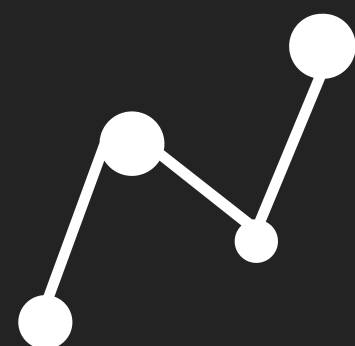
Estrategias:

- ✓ Creación **de contenidos de valor** centrados en innovación y sostenibilidad.
- ✓ Mayor interacción con la comunidad a través de **redes sociales y relaciones públicas digitales**.

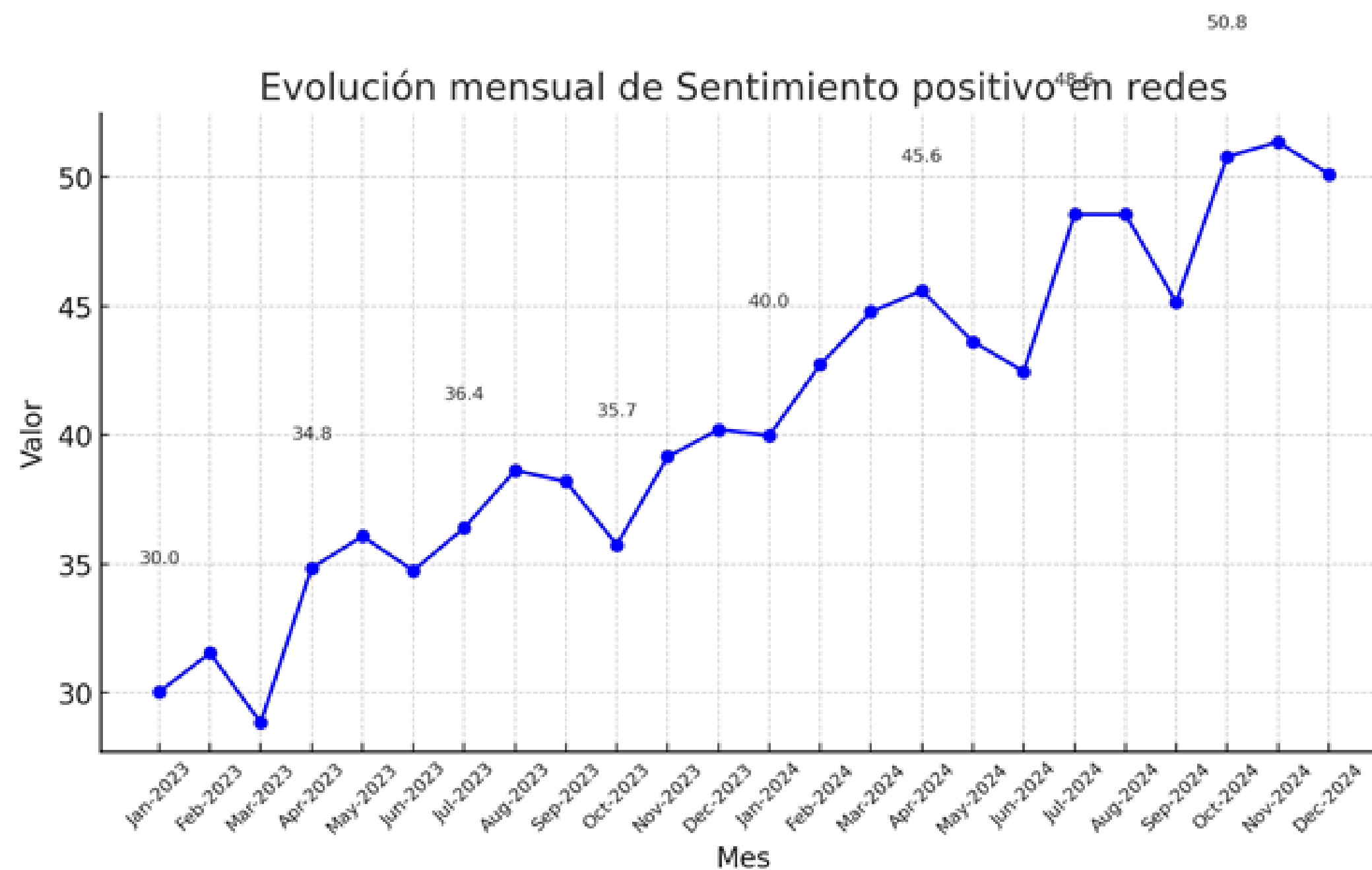


RESULTADOS:

Aumento de menciones positivas en redes sociales, pasando **de 30 a 50 menciones** al mes



MEJORA DE LA PERCEPCIÓN DE LA MARCA



INCREMENTO EN LA GENERACIÓN DE LEADS

Objetivo:

Aumentar la captación de clientes potenciales cualificados.

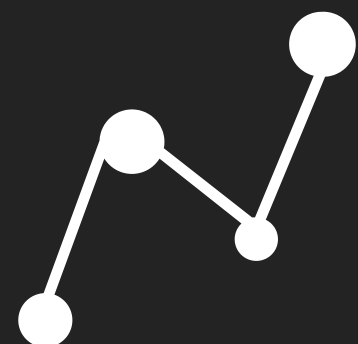
Estrategias:

- ✓ Implementación de una **estrategia inbound**, basada en contenido educativo y lead magnets
- ✓ **Automatización** de campañas de email marketing para nutrir a los leads de manera efectiva

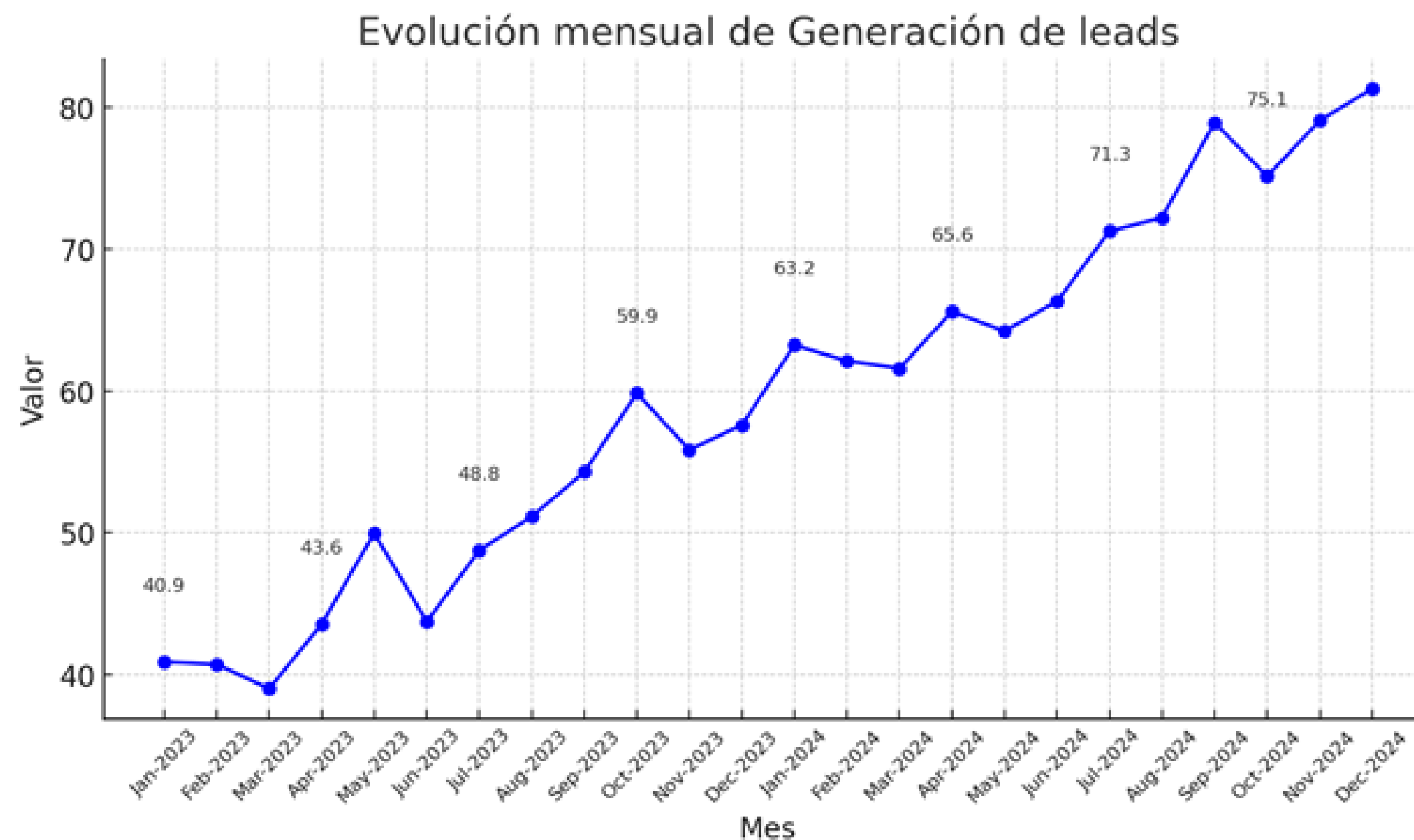


RESULTADOS:

Crecimiento del número de leads generados de **40 a 80 al mes**



INCREMENTO EN LA GENERACIÓN DE LEADS



OPTIMIZACIÓN DEL CICLO DE VENTAS

Objetivo:

Aumentar la captación de clientes potenciales cualificados.

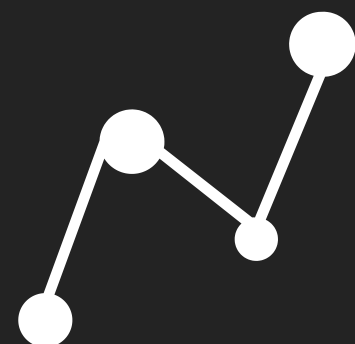
Estrategias:

- ✓ Mejora de la comunicación entre los equipos de marketing y ventas.
- ✓ Creación de **herramientas digitales** que faciliten la toma de decisiones de compra

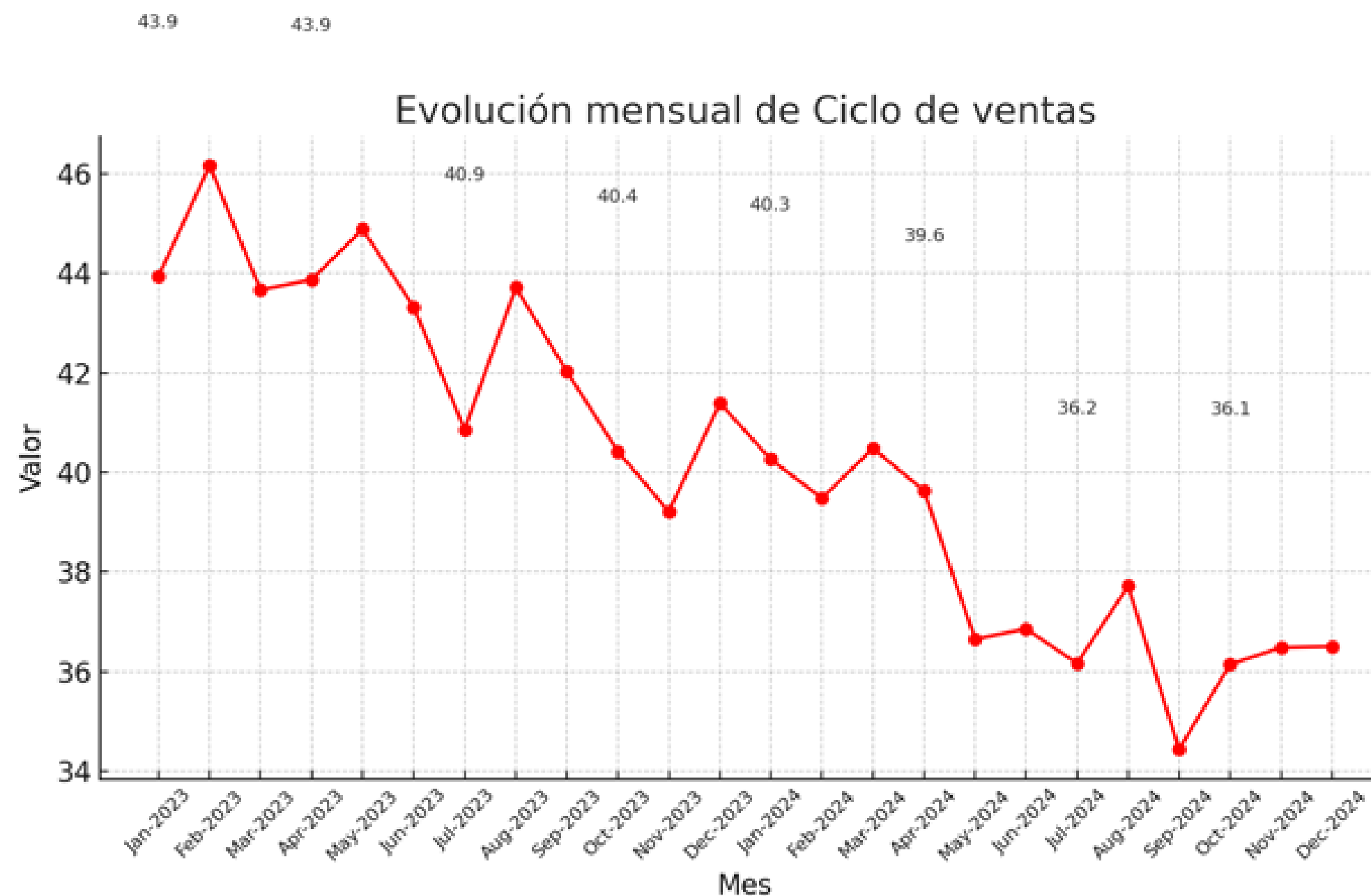


RESULTADOS:

Reducción del ciclo de ventas **de 45 a 35 días.**



OPTIMIZACIÓN DEL CICLO DE VENTAS





CONCLUSIÓN E IMPACTO GENERAL

Gracias a un enfoque estratégico, se logró:



Mayor engagement en su sitio web



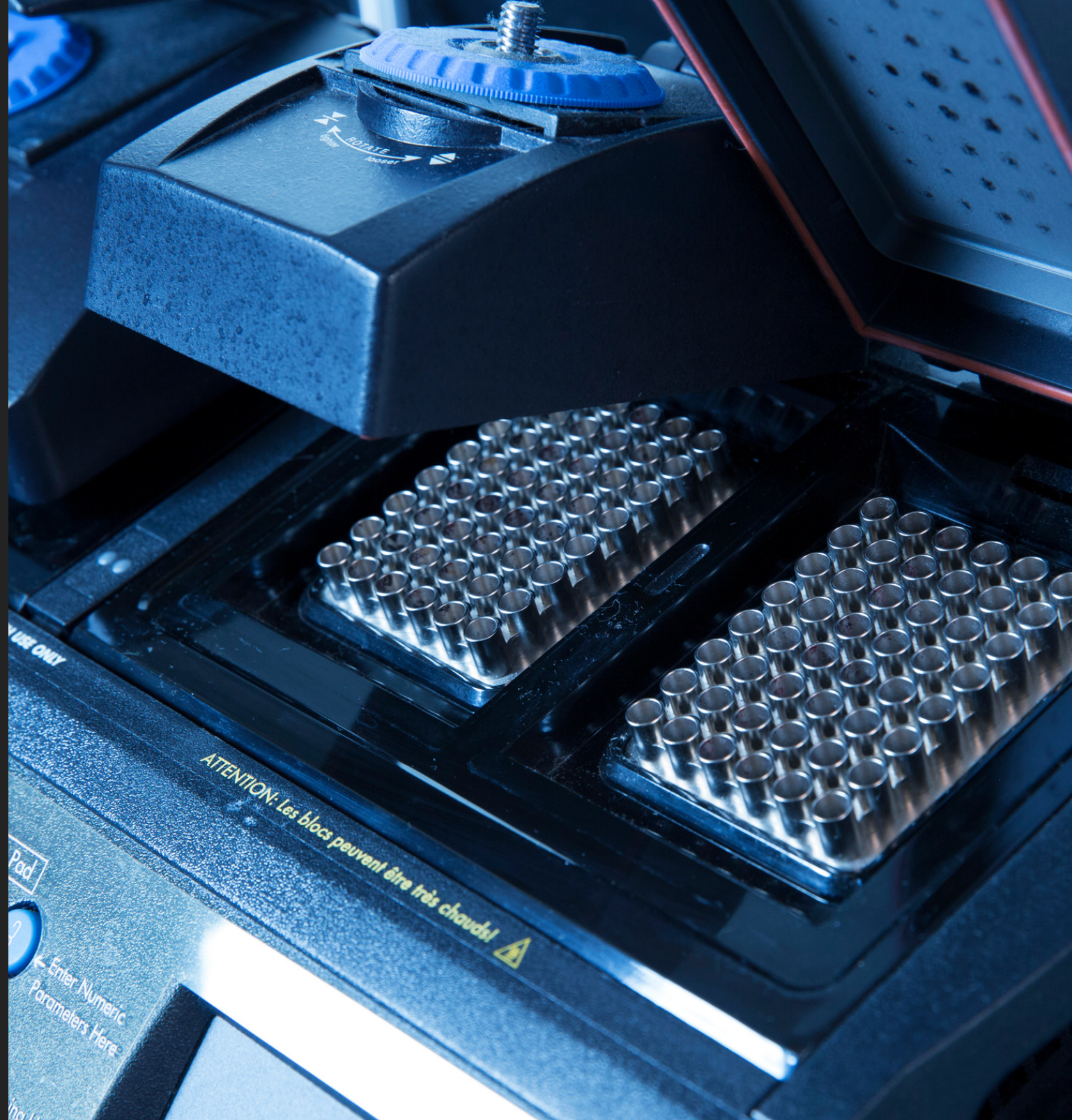
Mayor interacción y fortalecimiento de la marca



Mejora del ROI y optimización de costos



Aumento en la captación de leads y aceleración del ciclo de ventas



¿QUIERES OBTENER RESULTADOS SIMILARES PARA **TU EMPRESA** **BIOTECH?**

Contáctanos y descubre cómo
el marketing digital puede
impulsar tu negocio.

