

Caso de éxito



Sales Layer

Cómo una startup ha
conseguido generar el 87% de
sus ventas a través de contactos
Inbound

La empresa

Sales Layer es una startup con 5 años de experiencia en su sector, con una urgente necesidad de generar leads para poder crecer. Sales Layer tiene un producto muy potente, se trata de un SaaS pionero en el mercado: un PIM (Product Information Management) de nueva generación que permite a las empresas organizar, analizar y conectar sus datos de producto, catálogo e inventarios muy fácilmente. Es tan eficaz que permite ahorrar el 65% del tiempo de un equipo de marketing.

El producto de Sales Layer es genial, ¡pero faltaba contárselo al mundo!

Principal desafío: empezar a conseguir oportunidades de venta rápidamente.

El principal reto de Sales Layer, por ser una Startup que arrancaba desde cero, era **conseguir ventas desde el mismo momento en que se pusieron en funcionamiento**, ya que dependían de rondas de financiación de inversores y debían cumplir con unos **objetivos exigentes, tanto a largo como a corto plazo** (entre 8 y 12 clientes al mes con tickets medios de 3.000 para el primer año).

Comenzaron con una estrategia de telemarketing para captar contactos de forma directa, pero con el outbound no alcanzaban los resultados deseados, les costaba llegar a sus potenciales clientes, el coste de adquisición de cliente era elevado y el ciclo de compra muy largo.

Querían resultados a corto plazo, pero lo urgente no debía hacernos olvidar lo importante. Sales Layer necesitaba implantar una metodología de marketing y ventas que les permitiera tener un crecimiento sostenible a largo plazo, necesitaban crecer mejor (**Grow Better**). Era clave combinar los resultados rápidos con un crecimiento constante. ¿Cómo lo lograron?



sales layer



CONNEXT

Historia del crecimiento de Sales Layer:

Aumentamos el tráfico orgánico en 279% y generamos 165 leads cualificados en 6 meses.

Partíamos de una web con pocos elementos de conversión y un tráfico moderado de 2.439 visitas al mes. A nivel de mercados, estaban enfocados principalmente a España y USA y su principal objetivo era hacer crecer las ventas tanto a corto como a largo plazo (Growth more and better).

Cómo Connexth enfoca la estrategia Inbound:

- ✓ Creamos dos estrategias Inbound específicas para los principales mercados de Sales Layer: USA y España.
- ✓ Buscamos quick wins y comenzamos por un set-up potente, con creación de 6 contenidos premium en el primer mes. De esta forma, podíamos tener material suficiente para convertir al máximo desde el principio. Se aprovechó contenido anterior dándole un nuevo enfoque para resolver las dudas del Buyer Persona en las diferentes etapas del buyer journey y mejorar la conversión en las páginas vistas.
- ✓ Se crearon "pillar contents" para atacar con potencia a las principales Keywords.
- ✓ Optimización de contenido previo con alto interés para el buyer persona y con posibilidades de posicionamiento orgánico, para aprovechar todo lo que se había trabajado hasta el momento.
- ✓ Fuerte estrategia de Relaciones Públicas para conseguir Guest Posts con backlinks que dieran autoridad a nuestro dominio.
- ✓ Campaña de webinars, **integrando Hubspot con GotoWebinar** para poder cualificar más rápidamente a los Sales Qualify Leads. En ella se lanzaban demo webinars de la herramienta y otros sobre información interesante para los buyer persona. Normalmente en estos webinars se complementa la parte del departamento de ventas (Sales Layer) con la de marketing ([Connexth](#)).



WEBINAR DESTACADO

¿Cómo automatizar catálogos?

Jueves, 13 de diciembre 4:30 PM (CET) / 9:30 AM (CDT)

Descubre lo sencillo y rápido que puede ser producir catálogos, traducirlos en tantos idiomas como desees, y distribuirlos en todos los canales y plataformas en los que estés presente.

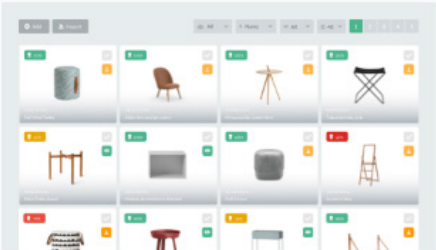
Regístrate ahora



Demo Sales Layer

Conoce las principales funciones de nuestro Product Information Manager.

Regístrate ahora



Para reforzar los resultados a corto plazo se combinó nuestra estrategia Inbound con campañas de Hubspot Ads altamente segmentadas. En un mercado Paid tan competitivo como el SaaS, teníamos que asegurarnos de que nuestras campañas tuvieran la máxima eficiencia y que cada clic tuviera los mejores resultados posibles. De esta forma conseguimos que Sales Layer tuviera visibilidad desde el primer momento, mientras se iban posicionando los posts de manera orgánica.

Tras el primer mes de la implementación de las mejoras de conversión, **Sales Layer duplicó su número de leads**. Se cumplieron los objetivos orgánicos marcados y conseguimos que **las inversiones en Paid Media fueran cada vez menos necesarias**.

En seis meses no solo duplicaron **las visitas orgánicas**, sino que **se multiplicaron por tres, aumentando el tráfico orgánico de 2.439 a 9.252, es decir: un aumento del 279%**. Durante este periodo también hubieron buenas noticias en la conversión de la página: **el ratio de conversión aumentó del 0,66% al 1,23%** (cifras de octubre de 2018).

Fue magnífico ver cómo se emocionó el equipo de Sales Layer cuando dieron cuenta de las 165 oportunidades de negocio que habían conseguido a través del Inbound, **aumentando en un 406% gracias a este nuevo enfoque de marketing en tan solo 10 meses**. ¡El Inbound Marketing funciona!



El equipo comercial de Sales Layer ha estado muy involucrado con el proyecto Inbound desde el principio y valora la calidad de los leads que se consiguen por esta vía. Considera que las ventas a través de leads inbound son mucho más eficientes, fáciles de cerrar y rápidas, con ciclos de compra mucho más cortos (como anécdota hubo una venta de un contacto inbound que se cerró en tan solo 24h).

Los resultados confirman que el Inbound era la mejor vía para superar a la competencia. Cada miembro del equipo ha estado involucrado desde el principio, y esto es un factor clave de éxito para toda la estrategia que hemos implementado.



Como se puede observar en el gráfico, la publicación de contenido de alta calidad y centrado en el buyer persona con una buena herramienta como la plataforma HubSpot produce excelentes resultados.

El 87% de las ventas de Sales Layer, en el último trimestre, han sido generadas por contactos procedentes de Inbound.

El siguiente paso que implementó Connex para Sales Layer fue la integración de Hubspot con Salesforce. El equipo de ventas de Sales Layer tenía la costumbre de trabajar con Salesforce, por lo cual se preveía que si se implementaba un nuevo CRM el equipo de ventas iba a mostrar resistencia al trabajo de Inbound y se sentiría incómodo con el cambio de herramientas.

Continuar con las herramientas con las que estaban trabajando nos ayudó a ser más eficientes. La integración de **Hubspot y Salesforce nos permitió trabajar muy rápido y que el equipo de ventas pudiera tratar los leads inbound desde el primer día de forma muy eficiente.**

- ✓ El equipo comercial de Sales Layer fue apoyado desde el principio con la creación de Workflows/Nurturing que asistiera al equipo de ventas. De este modo, se creó el Pipeline de ventas para abordar cuáles serían las acciones a desarrollar cuando entrase un contacto Inbound.
- ✓ En todo momento el equipo de ventas de Sales Layer estuvo respaldado por Connex: se realizaron workshops para alinear el equipo de marketing (Connex) con el equipo de ventas de Sales Layer.
- ✓ Se amplió el equipo de ventas asignando a dos personas responsables de los contactos Inbound. Una de ellas contactaba con los leads inbound en el mercado español (España) y la otra del mercado inglés (USA).

El **impacto de las ventas Inbound** ha sido el que ha aportado un mayor valor a la compañía en este periodo. **El 64% de las ventas de la compañía han sido generadas por contactos Inbound, el 87% de las ventas en el último trimestre.**

El siguiente paso para Sales Layer es ir más allá con la metodología del Service Hub.

Haber implementado una metodología de Inbound en Sales Layer ha tenido un gran impacto en la propia organización, les ha permitido alcanzar sus resultados de negocio y crecer en diferentes mercados.

Generar más leads cualificados ha ayudado a la compañía a enfocarse en prospectos de alto valor, en lugar de perder el tiempo tratando de obtener un lead poco cualificado.

Por otra parte, la alineación de los equipos de marketing y ventas ha ayudado a impulsar los resultados de negocio y ha mejorado los procesos internos, comunicación y vinculación de la compañía.

El siguiente paso para Sales Layer es ir más allá con la fidelización y delight de los clientes con la metodología del Service Hub:

- ✓ Implementar un sistema de tickets para facilitar la comunicación con los clientes ayudarles a solucionar sus problemas
- ✓ Mejorar la productividad del equipo de atención al cliente
- ✓ Conocer mejor el estado de satisfacción de los clientes con encuestas NPS periódicas
- ✓ Continuar aumentando la base de datos de clientes satisfechos.
- ✓ Motivar a estos clientes satisfechos para que continúen trabajando con Sales Layer y sean unos auténticos embajadores de la marca.

[Connex](#) ya ha comenzado a impulsar la capacitación de Sales Layer en el uso de la plataforma Service Hub de Hubspot .

¿Cuáles son los próximos pasos de Sales Layer?

Sales Layer tiene un ambicioso plan de crecimiento para los próximos años: con aperturas de nuevos mercados y aumento de cuota en los mercados actuales.

Para abordar este plan, Sales Layer confía en el Inbound Marketing como estrategia troncal de marketing y de alineación de los equipos de marketing y ventas.

Pero no hay que focalizarse solamente en la adquisición de nuevos clientes para conseguir resultados, **fidelizar y mantener los clientes actuales es una forma de conseguir negocio mucho más fácil que captar nuevos.**

Desde Connex, mientras Sales Layer continúe confiando en nosotros, seguiremos impulsando su estrategia de Inbound: optimizando el proceso de captación de clientes en los mercados actuales, desarrollando nuevas estrategias para los nuevos mercados y apoyando a Sales Layer en el desarrollo de su nueva estrategia de fidelización y delight de sus clientes.

Sales Layer va a cerrar el círculo construyendo su Flywheel: la fidelización y delight de los clientes actuales impulsará la atracción de clientes futuros, este es el objetivo último del inbound y la garantía de éxito de Sales Layer para el futuro.

¡Pero esta es otra gran historia de éxito, que se contará en una futura publicación!

“

Lo mejor de Connex es que parece una extensión de nuestro equipo interno. Lo que más me gusta es su proactividad y su capacidad de adaptarse a nuestras necesidades. Es muy cómodo trabajar con personas tan implicadas en nuestro proyecto.”

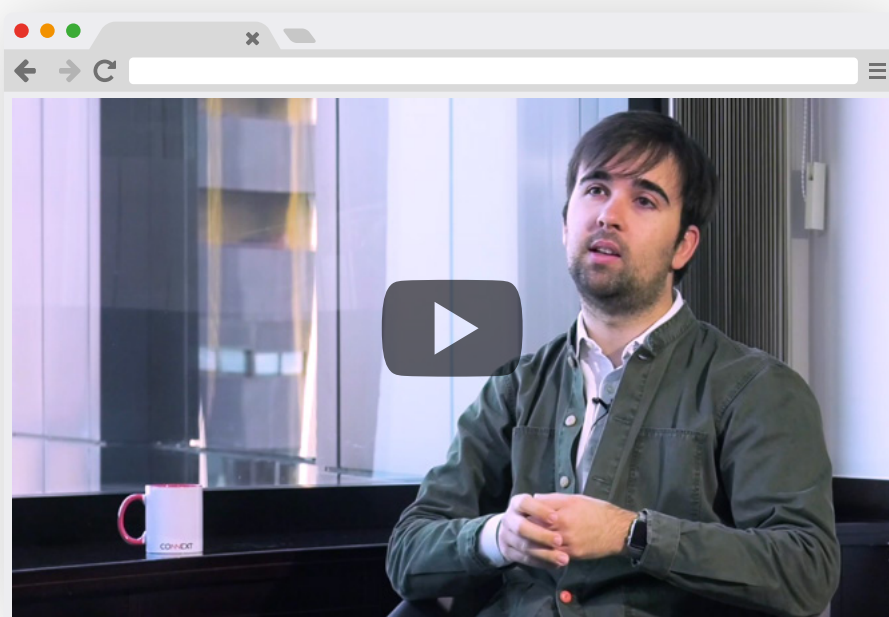


Álvaro Verdoy
Founder & CEO Sales Layer

Caso de éxito

Sales Layer

Descubre la experiencia de **Sales Layer** de la mano de **Connex**. [Ver video en YouTube](#)



Con este caso de éxito Connex fue galardonado por la multinacional Hubspot como la mejor empresa de Marketing Industrial en EMEA.

¿Quieres ser nuestro próximo caso de éxito?

Haz crecer tu empresa con Inbound Marketing

¡Solicita nuestro análisis gratuito!





✉ info@connext.es • [</> www.connext.es](http://www.connext.es)

