

NML.

NASH MARKETING LABS

PLAYBOOK · LEADGEN B2B · CICLO LARGO

Generas leads. ¿Pero negocio?

Cómo dejar de pagar por leads que no cierran: conectar tu inversión con el CRM y con el pipeline, para optimizar a clientes, no a formularios.

Paid Media engineered to maximize profit.
nashmarketinglabs.com

«Genero leads, pero no negocio»

El patrón que vemos en casi todo B2B de ciclo largo (SaaS, servicios, industrial):

- Llegan muchos leads, pero el comercial dice que son malos.
- El CPL parece bueno... hasta que calculas el CAC real de un cliente que cierra.
- No sabes qué campaña trae clientes: solo cuál trae formularios.
- Los formularios se llenan de spam y de curiosos sin presupuesto.
- El ciclo es largo y pierdes el rastro entre la inversión y el negocio cerrado.

No tienes un problema de volumen de leads. Tienes un problema de calidad y de medición.

Por qué un lead no es negocio

LA CADENA ROTA

CPL ≠ coste por SQL ≠ CAC

Optimizas al primer eslabón (CPL) cuando el que importa es el último (CAC real). Un CPL bajo con un SQL rate del 5% es carísimo, no barato.

FUENTES SUCIAS

Volumen barato, cero pipeline

Hay campañas y keywords que traen leads baratos que nunca cierran. Sin atribución al CRM, les sigues metiendo presupuesto.

OPTIMIZACIÓN CIEGA

Le enseñas a la plataforma lo que no quieres

Si Google o Meta solo ven «formulario enviado», optimizan a más formularios, incluida la basura. Hay que devolverles la señal de «cliente».

CONTEO INFLADO

1 lead contado como 8

El counting type y unas conversiones mal configuradas inflan los leads y te hacen creer que una campaña funciona cuando es ruido.

Nuestra ingeniería de performance, aplicada a B2B de ciclo largo

Son matemáticas, método y las cuentas que ya hemos llevado. Inversión → CRM → negocio:

01 Objetivos sobre pipeline y CAC real

Fijamos KPIs de negocio: SQL rate, CAC real y pipeline generado. No el CPL que premia la plataforma.

02 Conectar inversión → CRM → negocio

Measurement + Automation: cada lead trazado hasta oportunidad y cierre. Sin esa conexión, optimizas a ciegas.

03 Optimizar a lead cualificado

Subimos conversiones offline (SQL, oportunidad, cierre) de vuelta a la plataforma. El algoritmo aprende a buscar clientes, no formularios.

04 Limpiar fuentes y formularios

Campos cualificadores, anti-spam (reCAPTCHA/blocklist) y negativos. Menos ruido entrando, mejor señal saliendo.

05 Escalar pipeline, cortar ruido

Más presupuesto a lo que genera negocio; fuera lo que solo genera leads. Escalado sin riesgo.

5 cosas que puedes revisar esta semana

Sin nosotros. Te van a cambiar la foto de tu cuenta:

- Mira el SQL rate por fuente y campaña: qué % de leads el comercial considera válidos. Verás campañas «baratas» que no cierran nada.
- Conecta, aunque sea a mano, cuántos leads de cada campaña se volvieron oportunidad.
- Revisa tu formulario: ¿tiene campo cualificador (presupuesto o empresa) y anti-spam?
- Comprueba si subes conversiones offline a Google y Meta. Si no, optimizan a volumen.
- Calcula tu CAC real (inversión ÷ clientes cerrados), no el CPL. La diferencia asusta.

Lo que veríamos en tu cuenta

Hallazgos atados a tu pipeline, no a métricas de vanidad. Ejemplo real anonimizado:

Auditoría de leadgen · B2B servicios, ciclo 3-6 meses · ~12k€/mes · Google Ads + LinkedIn

El 60% de los leads de la campaña estrella no eran cualificados o eran spam

Formulario abierto, sin campo cualificador ni reCAPTCHA.

Cero conversiones offline subidas a la plataforma

Google optimizaba a «formulario enviado»: buscaba volumen, no SQL.

El counting type contaba 1 lead como hasta 8

Las conversiones estaban infladas y las decisiones de puja, equivocadas.

La campaña con el CPL más «caro» era la única que traía pipeline real

Estaba infrafinanciada por mirar el CPL en vez del CAC.

Oportunidad: conectar CRM y conversiones offline

Proyectaba bajar el coste por SQL y reasignar presupuesto a lo que cierra.

Esto es lo que verías sobre TU cuenta. Una auditoría NML solo necesita acceso de lectura a tu cuenta y una foto de tu funnel. Es gratuita y sin compromiso.

Ingeniería de performance.

Especialistas en paid. Conectamos inversión, CRM y negocio: leads de más calidad a menor coste, con fuentes limpias y decisiones tomadas sobre el pipeline.

+18M€

INVERTIDOS

+220M€

FACTURADOS POR
NUESTROS CLIENTES

+10€

POR CADA EURO DE
INVERSIÓN GESTIONADA

+10

AÑOS

Contratas el Paid Lab y accedes al resto como infraestructura interna.

Paid Lab

Google, Meta, TikTok y LinkedIn, con nuestra ingeniería de performance.

Measurement Lab

Tracking inversión → CRM → negocio. Conversiones offline.

Automation Lab

Integración con tu CRM, lead scoring y alertas (n8n).

BI Lab

BigQuery: pipeline y CAC real en tiempo casi real.

Creative AI Lab

Ángulos y creatividades B2B a coste mínimo.

Classification Lab

Priorización por valor de cuenta y de segmento.

Te enseñamos qué leads son negocio y cuáles son ruido.

Revisamos tus fuentes, tu tracking y tu formulario, y te decimos dónde está el pipeline. Sin compromiso y sin coste.

SIN COMPROMISO

Pide tu auditoría gratuita

Solo necesitamos acceso de lectura a tus cuentas de paid y una foto de tu funnel.

nashmarketinglabs.com/diagnostico →