

Cómo alinear Marketing y Ventas en la era de la IA

Cambios y tecnologías a aplicar en los procesos clave

“De la confrontación por la calidad del lead a la colaboración por la rentabilidad del cliente. **Armonizar objetivos** es más sencillo con las herramientas adecuadas”

La tecnología RegTech y la IA no son solo herramientas de cumplimiento; son el lenguaje común que permite alinear a ambos equipos bajo una única meta: Altas, contrataciones e ingresos.

Los 3 Pilares de la Alineación MKT-Sales

CALIDAD SOBRE CANTIDAD

⚠ EL PROBLEMA

Ventas culpa a Marketing de enviar contactos que no pasan el scoring de riesgo o no tienen documentación real

⚙ LA SINERGIA

Al integrar herramientas de Verificación de Identidad (KYC) en los formularios de captación, Marketing entrega a Ventas prospectos ya validados, con identidad real confirmada. **Marketing filtra** el ruido; **Ventas recibe** oro

VELOCIDAD DE CIERRE

⚠ EL PROBLEMA

Marketing genera el deseo ("lo quiero ya"), pero el **proceso de venta lo enfría** con papeleo ("fírmame esto, envíame el DNI")

⚙ LA SINERGIA

Con la Firma Electrónica y Automatización, **Ventas puede capitalizar el momento "caliente" generado por Marketing**. El contrato se firma en el mismo canal de captación, haciendo que la promesa de la campaña se cumpla al instante

DATOS UNIFICADOS

⚠ EL PROBLEMA

Marketing desconoce por qué **se cayeron los leads** en la fase final

⚙ LA SINERGIA

La IA analiza el comportamiento en el onboarding y devuelve esa data a Marketing. Si un perfil específico falla en la validación de identidad, Marketing deja de invertir en ese segmento. **Ventas educa** al algoritmo, **Marketing optimiza** la inversión

Ecosistema diseñado para el crecimiento sin límites

01 Atracción (Marketing)

Captación y gestión omnicanal (Web, Móvil, Kiosco) con Customer Hub

03 Contratación (Ventas)

Generación automática de contratos y firma electrónica certificada

02 Validación (RegTech)

Verificación biométrica, de datos y documental instantánea con IA

04 Activación (Operaciones)

RPA ejecuta el alta del servicio y notifica al cliente al instante

	MODELO TRADICIONAL	MODELO SMARKETING	IMPACTO EN ALINEACIÓN
Tiempo de Onboarding	Días o semanas	Minutos o segundos	Ventas cierra antes; Marketing ve ROI más rápido
Tasa de Abandono	~70% (finanzas/telco)	<5% (optimizado)	Marketing retiene el tráfico; Ventas recibe más volumen
Tasa de Conversión	2-5% (promedio industria)	Hasta 96% (Caso Pensumo)	Maximización conjunta de resultados
Gestión de Leads	Manual y lenta	Automatizada y en tiempo real	Ventas se enfoca en vender, no en administrar
Coste de Compliance	Alto (personal manual)	Bajo (automatizado)	Presupuesto liberado para reinversión en crecimiento

Conversión Récord

Aumento de la tasa de conversión al 96% mediante un onboarding 100% digital y sin fricción

Ibercaja



pensumo

Eficiencia en Retail

Reducción del 78% en los tiempos de espera en tienda gracias a Kioscos de autogestión integrados



Velocidad de Mercado

Nuevos modelos de generación de leads en menos de 2 meses, pivotando estrategias comerciales con agilidad



Solicita una demo personalizada
y descubre el poder del Smarketing

Agenda una consultoría personalizada