

CASO DE ÉXITO

# Cómo Toyota aumentó un 166% las solicitudes de pruebas de conducción con la Web Suite de Insider

Exit intent popups

Segmentation

Surveys



**166%** en las solicitudes de test drive

**54%** en el tráfico a las páginas de productos

**12-18%** en el tráfico a las páginas clave de la campaña



"Como marketer, realmente disfruto trabajar con Insider. La plataforma aporta un nivel de agilidad mejorado a nuestro equipo y nos ayuda a tomar decisiones de marketing de manera rápida. No necesitamos depender de IT para nuestras necesidades de marketing, simplemente convertimos nuestras ideas en escenarios en tiempo real y empezamos a observar su rendimiento de inmediato."

Marketing Director



## Resumen Ejecutivo

Para la mayoría de los clientes, un coche es la segunda compra más grande de su vida después de una vivienda. Toyota quería demostrar que comprendía la importancia de encontrar el coche perfecto. Para lograrlo, sabía que era fundamental atraer a los prospectos a sus concesionarios para una prueba de conducción, aumentando así la probabilidad de que realizaran una compra.

## Sobre Toyota

Toyota es un fabricante multinacional de automóviles japonés con sede en Toyota City, Aichi, Japón. Fundada en 1937, hoy en día la empresa fabrica y vende vehículos bajo cuatro marcas. Toyota es conocida como líder global en el desarrollo de vehículos híbridos eléctricos más eficientes en cuanto a consumo de combustible y también fue el primer fabricante de automóviles en producir más de 10 millones de vehículos al año. Toyota emplea a más de 370,000 personas, fabrica vehículos en todos los continentes y vende vehículos y servicios relacionados en más de 170 países.

Confiado por 1,200 marcas globales

SAMSUNG

GAP

L'ORÉAL

Santander

Virgin

TOYOTA

MAC

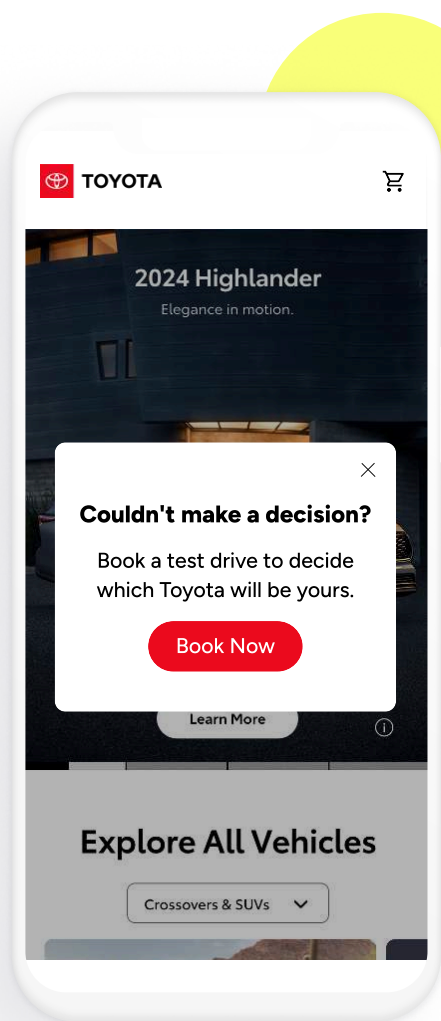
[Solicita una demo](#)

## ¿Por qué Insider?

Al investigar, Toyota quedó impresionada con las características de personalización líderes en la industria de Insider, que permitieron a la empresa construir relaciones sólidas con los clientes a lo largo del típico ciclo de ventas largo de la compra de un coche nuevo. A Toyota le gustó cómo la configuración rápida y la plataforma intuitiva y fácil de usar de Insider le permitieron personalizar y editar campañas sin necesidad de intervención de IT.

### CASO DE USO #1

## Aumento de solicitudes de pruebas de conducción un 166% con superposiciones de intención de salida



### El desafío

El principal objetivo de Toyota era lograr que los clientes solicitaran pruebas de conducción, aumentando así la cantidad de visitas a los concesionarios para interactuar con los vendedores. Aunque el tráfico en el sitio web móvil era alto, la mayoría de los visitantes se marchaban sin reservar una prueba de conducción.

### La solución

Insider recomendó añadir un botón en la parte inferior de cada página de producto, invitando a los visitantes a registrarse para una prueba de conducción gratuita. Dado que la mayoría de los visitantes estaban investigando modelos de coches, colocar este botón en una página de producto aumentaba las probabilidades de que se imaginaran conduciendo el coche y consideraran hacer una reserva.

Toyota luego utilizó la herramienta de gestión de banners de Insider para crear un banner emergente que se dirigiera a los visitantes que estaban abandonando la página. El banner preguntaba: "¿No pudiste tomar una decisión? Reserva una prueba de conducción para decidir cuál será tu Toyota".

## Los resultados

**17%**

aumento en las solicitudes de test drive (vía botón PDP)

**166%**

aumento en las solicitudes de pruebas de conducción (vía pop-up banner)



"Usando la tecnología de intención de salida de Insider, nos dirigimos a las personas que abandonaban la página de detalles de la campaña antes de reservar una prueba de conducción. Los resultados fueron excelentes: un aumento del 166% en las solicitudes de pruebas de conducción."

**Marketing Director**



## CASO DE USO #2

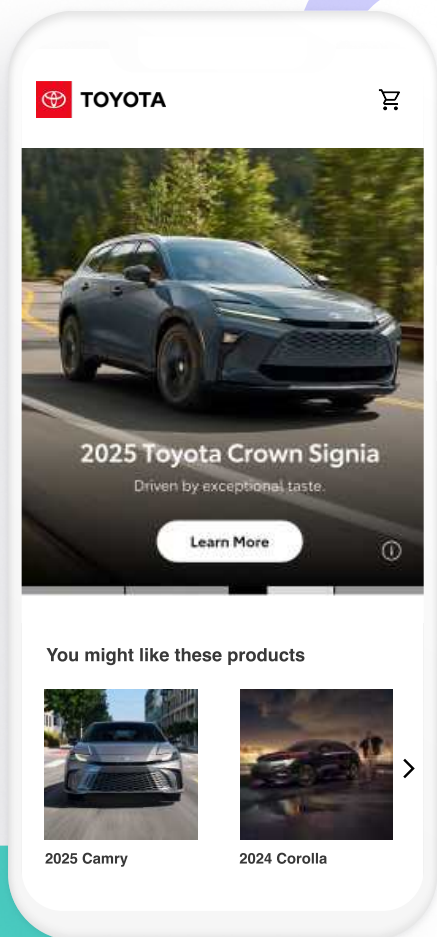
# Aumento del tráfico de las páginas de productos en un 54% gracias a la vista adaptada de la página de inicio para móviles de Insider

## El desafío

Toyota ya sabía que, para aumentar las pruebas de conducción, necesitaba incrementar el tráfico hacia sus páginas de producto. Con más del 30% de las búsquedas de coches comenzando en móvil, la marca debía optimizar su pantalla de inicio móvil. Sin embargo, la experiencia móvil actual estaba desordenada y era difícil de navegar, lo que provocaba altas tasas de rebote.

## La solución

El equipo de Insider sugirió usar su Customer Data Platform para identificar la segmentación de visitantes y optimizar los diseños móviles según los comportamientos y preferencias previos de cada usuario. Al personalizar la página de inicio, los visitantes verían automáticamente en primer lugar los modelos en los que ya habían mostrado interés.



"Queríamos facilitar el proceso de encontrar un modelo de coche específico tan pronto como los visitantes llegaran a nuestra página de inicio móvil. Con Insider, pudimos segmentar y dirigirnos a los visitantes con mensajes relevantes basados en su comportamiento y preferencias."

Marketing Director



## Los resultados

# 54%

incremento  
en el tráfico

# Captación de prospectos y aumento del engagement con encuestas personalizadas

## El desafío

Tras atraer visitantes al sitio web de Toyota, la empresa quería mantener su interés y asegurarse de que la marca Toyota se mantuviera en su mente durante todo el ciclo de ventas.

## La solución

El equipo de soporte de Insider recomendó a Toyota utilizar la suite de personalización de Insider para desarrollar una estrategia de engagement que incluyera una serie de encuestas personalizadas para segmentos específicos de clientes, basándose en sus intereses y preferencias. El equipo lanzó una campaña de engagement centrada en modelos de coches híbridos, con el objetivo de comprender el nivel de conocimiento y las preferencias de los visitantes.

Los visitantes que participaron activamente en la encuesta recibieron como recompensa un pop-up personalizado tras completarla, que ofrecía contenido informativo relacionado con sus respuestas. Este enfoque personalizado no solo educó a los posibles clientes sobre características que quizá desconocían, sino que también aseguró que la marca Toyota estuviera presente de forma constante durante el recorrido del visitante.

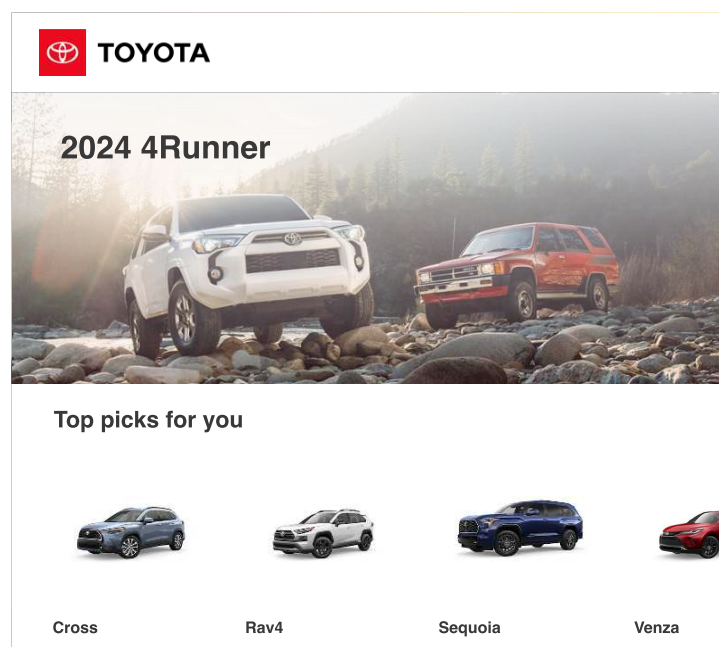


"Basándonos en los resultados de la encuesta, mostramos a los visitantes mensajes emergentes relevantes informándoles sobre características que no conocían. Como resultado, logramos una tasa de conversión del 12-18% hacia las páginas clave de la campaña."

Marketing Director



TOYOTA



Los resultados

**12-18%**  
aumento en el tráfico  
hacia las páginas clave  
de la campaña



## Resumen

En general, Toyota aprovechó las soluciones web y móviles de Insider junto con las herramientas de personalización para crear campañas a medida que redujeron las tasas de rebote y aumentaron las conversiones. Después de luchar durante meses con las solicitudes de pruebas de conducción, la compañía automotriz global alcanzó eficazmente sus métricas clave y construyó lealtad entre los clientes mediante experiencias personalizadas y atractivas que ayudaron a simplificar el proceso de búsqueda de coches.

## Mirando hacia el futuro

Toyota está en proceso de aprovechar la plataforma Predictive Ad Audiences de Insider para ayudarle a identificar y segmentar a los visitantes con mayor probabilidad de completar solicitudes de pruebas de conducción. Luego, Toyota puede enviar esos segmentos predictivos a sus canales de publicidad para aumentar la eficiencia del gasto en anuncios y seguir impulsando las solicitudes en su embudo de ventas.



### Solución Favorita

## Intención de salida

La solución favorita de Toyota es la herramienta de Intención de Salida de Insider. Al aprovechar esta función, la empresa logró aumentar las solicitudes de pruebas de conducción en línea en un **166%**.

## About Insider

Insider, una plataforma única para crear experiencias individualizadas en varios canales, permite a los especialistas en marketing empresarial conectar los datos de los clientes entre canales y sistemas, predecir su comportamiento futuro con un motor de intención de IA e individualizar las experiencias de los clientes. Los especialistas en marketing utilizan la plataforma de Insider para brindar experiencias coherentes y atractivas en canales como Web, App, Web Push, Email, SMS, y Messaging Apps (WhatsApp, RCS).

Insider recientemente desbloqueó el estatus de unicornio y fue felicitado por NASDAQ por convertirse en uno de los pocos unicornios B2B SaaS fundados por mujeres y dirigidos por mujeres en el mundo. Insider fue nombrado líder en el Gartner Magic Quadrant for Personalization Engines 2022, The Forrester Wave for Cross-Channel Campaign Management 2021, y IDC MarketScape: Worldwide Customer Data Plataformas de datos de clientes mundiales centradas en usuarios de front-office 2021-22 Evaluación de proveedores.

SAMSUNG

GAP

Virgin

TOYOTA

MAC

L'ORÉAL

CNN

Santander

[Solicita una demo](#)

[useinsider.com](https://useinsider.com) | [info@useinsider.com](mailto:info@useinsider.com)