

Cost Per Lead (CPL)

Definición

El costo por lead es el monto total gastado para adquirir un lead calificado o una conversión exitosa mediante actividades de marcación saliente. Esta métrica abarca todos los gastos operativos (compensación de agentes, costos de telefonía, compra de leads, infraestructura de sistema y costos de supervisión) dividido entre el número de conversiones logradas.

Fórmula de cálculo

$$\text{CPL} = (\text{Costo de mano de obra de agentes} + \text{Costo de telefonía} + \text{Costo de datos de leads} + \text{Costo de infraestructura}) / \text{Número de conversiones}$$

VICIdial no calcula esta métrica automáticamente, pero la plataforma provee los componentes necesarios para calcularla manualmente.

Cómo VICIdial apoya la medición del CPL

El sistema captura los elementos de datos necesarios para el análisis de CPL:

- Total de intentos de marcación (para estimar gastos de telefonía)
- Horas de agente registradas (mediante control de tiempo y actividad)
- Disposiciones de llamada (mostrando qué interacciones dieron resultado)

Palancas clave de optimización dentro de VICIdial

Tres tecnologías del marcador reducen el CPL al mejorar la eficiencia:

- La marcación predictiva ([Predictive Dialing](#)) minimiza los períodos en que los agentes están inactivos.
- La detección de contestador automático ([Answering Machine Detection \(AMD\)](#)) evita el tiempo perdido en mensajes grabados.
- La marcación adaptativa ([Adaptive Dialing](#)) equilibra el volumen de llamadas contra las métricas de calidad de servicio.

Otras vías de reducción del CPL incluyen aumentar la tasa de éxito de contacto, mejorar el porcentaje de conversión y maximizar las horas productivas de agente por turno pagado.

Importancia estratégica

El CPL determina la rentabilidad de la campaña: si el costo de adquisición supera los ingresos generados por lead, la operación pierde dinero sin importar los demás indicadores de desempeño. El modelo de código abierto de VICIdial ofrece ventajas financieras al eliminar los costos de licenciamiento por agente asociados a competidores comerciales.

Requisitos de optimización

Reducir el CPL de forma efectiva exige mejoras operativas integrales: configuración del marcador para máximo rendimiento, optimización de la identificación de llamante para mejor alcance, capacitación de la fuerza laboral para mejorar la conversión, y mejora de la calidad de las listas de prospectos.

Configuraciones relacionadas

- `auto_dial_level`
- `lead_recycling`
- `daily_call_limit`

Conceptos relacionados

- [Contact Rate](#)
- [Conversion Rate](#)
- [Calls Per Hour](#)
- [Agent Utilization](#)

Revisión #2

Creado 2026-07-30 00:59:44 CST por Christian Cabrera

Actualizado 2026-07-30 01:01:58 CST por Christian Cabrera