

# athenahealth

## Estudo de Caso

Divulgação de conteúdo que promove a liderança inovadora da empresa para gerar mais leads



*“Quando conseguimos engajar executivos da área de saúde e apresentar nossa visão, nós os transformamos em parceiros com o mesmo objetivo: inovar o sistema de saúde.”*

Amanda Melander  
Gerente de publicidade, athenahealth

### Trazendo liderança inovadora a um público segmentado

Os serviços oferecidos pela athenahealth, como prática de gestão baseada em nuvem, registros médicos eletrônicos e serviços de comunicação com pacientes, são direcionados a executivos no mais alto nível das organizações do setor de saúde. Optar pelos serviços da athenahealth é uma decisão complexa, visto que impacta orçamentos, sistemas e cuidados ao paciente. O desafio da athenahealth é atrair esses decisores com informações detalhadas, ajudando-os a compreender o valor dos serviços.

“Nosso público-alvo é muito ocupado e seu tempo é limitado”, explica Amanda Melander, Gerente de Publicidade da athenahealth. “Eles acessam várias fontes de notícias todos os dias e são bombardeados com mensagens sobre as tendências do setor, além de ideias e soluções para os problemas que enfrentam no gerenciamento de informações médicas.”

Para destacar sua posição como líder no fornecimento de serviços em nuvem para grupos médicos, a athenahealth produz materiais de referência, como artigos técnicos, publicações de vídeos e textos em seu blog, aconselhando executivos sobre as melhores práticas para aprimorar os cuidados ao paciente enquanto geram receitas. Apresentar esses materiais é uma tarefa desafiadora, porque eles precisam ser disponibilizados em locais que executivos já frequentam.

### Desafio

- Apresentar materiais que indicam liderança inovadora;
- Alcançar decisores de alto nível;
- Captar informações sobre potenciais clientes.

### Solução

- Aumentar acesso à líderes via Anúncios de conteúdo do LinkedIn
- Segmentar executivos de nível-diretoria na área de saúde, bem como outras pessoas influentes;
- Gerar tráfego para o site e Twitter da empresa.

### Por que o LinkedIn?

- Ferramentas de marketing inovadoras que envolvem usuários
- Maior público de profissionais executivos;
- Segmentação precisa por cargo e setor;
- Apoio da equipe de soluções de marketing para refinar o alcance da campanha.

### Resultados

- Aumento de 61% na taxa de clique-conversão;
- Mais nomes e contatos para geração leads;
- O aumento no número de seguidores no Twitter aumentou o alcance por mídias sociais.

"Nós estamos em uma boa posição para iniciar um diálogo sobre liderança através de mudança", diz Melander. "Parte disso inclui a divulgação de uma mensagem diferenciada das demais que nosso público-alvo costuma receber. Precisamos ser capazes de contar a eles a parte da nossa história que nos destaca da nossa concorrência."

### Anúncios de Conteúdo promovem engajamento

Enquanto os existentes esforços de marketing da athenahealth (como campanhas de e-mail e eventos) estavam atingindo suas metas, a empresa procurava por novas ideias para apresentar seus materiais de referência ao seu público selecionado. A agência de marketing interativo da athenahealth, Digitas Health, sugeriu que a empresa anunciasse no LinkedIn. "Nosso público é conhecedor de tecnologia, então o LinkedIn é uma maneira eficaz de alcançá-los, visto que eles já frequentam o site", explica Melander.

Os especialistas do LinkedIn sugeriram que a athenahealth testasse um Anúncio de conteúdo personalizado que permitisse aos anunciantes publicarem vários tipos de conteúdo, como documentos, publicações em blog, mensagens no Twitter e vídeos – tudo em um único anúncio. A interatividade do anúncio chamou a atenção da athenahealth. Por exemplo, as pessoas interessadas em ler os artigos técnicos da athenahealth devem fornecer suas informações de contato antes de baixá-los. Assim, a empresa obtém dados de leads valiosos.

"Nós ainda não tínhamos visto uma ferramenta como o Anúncio de conteúdo", diz Melander. "Não é apenas um anúncio padrão. É muito mais envolvente e interativo e realmente nos ajuda a apresentar nosso ponto de vista. O fato de se parecer menos com um anúncio e mais com um artigo incentiva executivos a passarem mais tempo com o conteúdo do anúncio, o que significa mais tempo aprendendo sobre a athenahealth."

### As taxas de conversão aumentaram 61%

A athenahealth utilizou as ferramentas de segmentação altamente específicas do LinkedIn para divulgar o Anúncio de conteúdo aos usuários mais propensos a responder, como diretores em organizações da área de saúde. A equipe de conta do LinkedIn ajudou a athenahealth a expandir o alcance de seu Anúncio de conteúdo, enquanto manteve o foco nos usuários do LinkedIn com a capacidade de influenciar decisores, como vice-presidentes de empresas da área de saúde.

"Nós ampliamos nosso público-alvo para incluir usuários de Grupos do LinkedIn relacionados aos setores farmacêutico e biotecnológico, visto que eles podem se interessar em nossos produtos ou podem influenciar outras pessoas", diz Melander.

Com a inclusão do LinkedIn, a taxa de conversão clique-envio de toda a campanha publicitária da athenahealth aumentou em 61% entre março e julho de 2011, apresentando uma grande melhoria na capacidade da empresa de captar informações para a geração de potenciais clientes. O número de seguidores do Twitter da athenahealth também aumentou.

"Quando conseguimos engajar executivos da área de saúde e apresentar nossa visão, nós os transformamos em parceiros com o mesmo objetivo: inovar o sistema de saúde.", afirma Melander. "O Anúncio de conteúdo do LinkedIn é a maneira perfeita para nos conectarmos aos nossos potenciais clientes executivos."



The image shows a screenshot of a LinkedIn content advertisement for athenahealth. At the top, the athenahealth logo is displayed with the tagline "There is a better way." Below the logo, there are three tabs: "Insight", "Twitter", and "Videos". The "Insight" tab is selected. The main content of the ad is titled "FREE Webinar: A Cloud-Based HIT Strategy for Hospitals". It includes a small icon of a laptop and a text box that says "Register for this March 2nd event to learn about athenahealth's HIT Services for Hospitals". Below this, there is a section titled "athenahealth for Accountable Care Organizations" and a footer that reads "Cloud-based Practice Management & EHR Services".

Anúncio de conteúdo da athenahealth no LinkedIn