

Conte a história da sua marca no LinkedIn

Objetivo

- Aproveitar o patrocínio do DP World Tour e a iniciativa Second Life Golf para aumentar o conhecimento da marca entre os decisores de negócios seniores nos principais mercados
- Expandir o alcance global do marketing da DP World e criar um método de medição para avaliar o impacto da marca

Solução

- Uma campanha de marketing da marca foi lançada usando Sponsored Content e Sponsored Video voltados a diretores executivos e decisores de negócios
- Um estudo de *brand lift* foi criado para avaliar melhor o desempenho do marketing da marca considerando lembrança do anúncio e conhecimento da marca estimulado e não estimulado

Resultados

Entre janeiro e setembro de 2022, a campanha de marketing da marca DP World no LinkedIn registrou:

+7,8 pontos em lembrança do anúncio

2,3 vezes Taxa de engajamento mais alta em relação ao valor de referência

+7 milhões de visualizações de vídeo

“

No LinkedIn, podemos contar uma história capaz de atrair a atenção dos decisores certos. Por meio do DP World Tour e da iniciativa Second Life Golf, temos tornado o golfe mais inclusivo e acessível e demonstrado nossa capacidade logística de ponta a ponta. Nosso contêiner exclusivo foi usado no DP World Tour para armazenar e transportar as bolas de golfe usadas em cada partida e depois doá-las aos projetos de golfe de base do mundo todo. Ao contar nossa história no LinkedIn, conseguimos aumentar em 7,8 pontos o nível de lembrança dos nossos anúncios e em 5,7 pontos o conhecimento da marca.”



Arjun Jayan,
Líder Global de Parcerias e Comunicação do grupo DP World

