

GE Capital a développé une communauté active sur LinkedIn

Afin d'accroître sa notoriété et l'intérêt qui lui est porté, et pour positionner sa marque en tant que leader d'opinion, GE Capital a utilisé LinkedIn pour créer une communauté à l'attention des moyennes entreprises en Australie.

Le défi

GE Capital aide les moyennes entreprises australiennes à développer leur activité en leur procurant les renseignements, les connaissances et l'expertise requis, ainsi qu'en prêtant les fonds à investir. Pour lancer le dialogue avec cette audience niche, GE Capital a souhaité développer une communauté pour moyennes entreprises. Elle a également voulu positionner GE Capital comme leader d'opinion pour mieux faire connaître et apprécier ses produits et services financiers.

La solution

GE Capital jugeait important que sa communauté pour moyennes entreprises soit basée sur une plateforme déjà utilisée par les cadres d'entreprise. GE Capital s'adresse à un public très restreint et doit s'assurer que les personnes qui se joignent à son groupe sont en mesure de contribuer à la conversation et de participer à la vitalité de la communauté. Comme l'explique Anthony Spargo, le directeur des communications de GE, "LinkedIn est la plateforme idéale pour engager notre audience là où elle est déjà active. En mai 2012

nous avons lancé notre groupe LinkedIn "GE Capital Mid-market Hub". Pour établir notre communauté de moyennes entreprises, nous nous sommes d'abord adressés à nos clients utilisateurs de produits LinkedIn pour qu'ils deviennent nos abonnés."

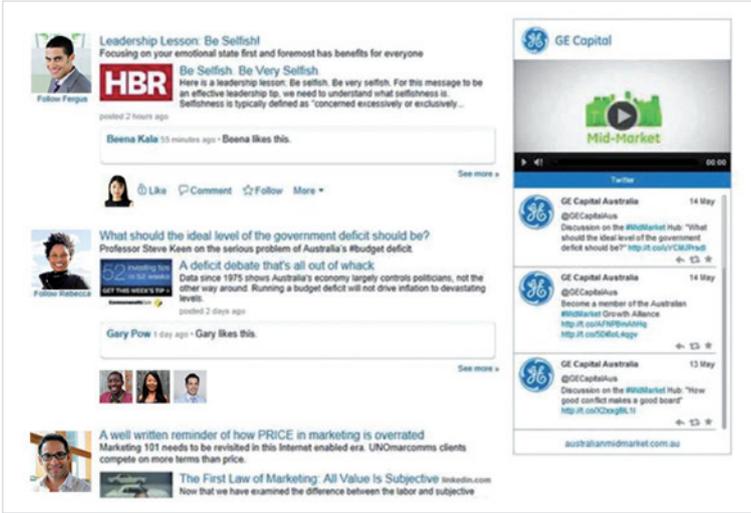
"Nous avons utilisé les publicités Display et les InMails LinkedIn pour atteindre notre audience. Puis nous avons favorisé l'engagement avec du contenu produit par la direction et utilisé des partenariats externes pour lancer des échanges intéressants. Nous devons nous servir intelligemment du contenu dont nous disposons déjà et l'exploiter de sorte qu'il réponde au besoin de notre audience. Par exemple : nous reprenons du contenu de nos événements pour générer des discussions après qu'ils se sont déroulés. Nous avons également commencé à organiser des sessions de chat en direct après les événements pour continuer le dialogue en ligne et l'amplifier au sein de la communauté plus vaste des moyennes entreprises."

Les résultats

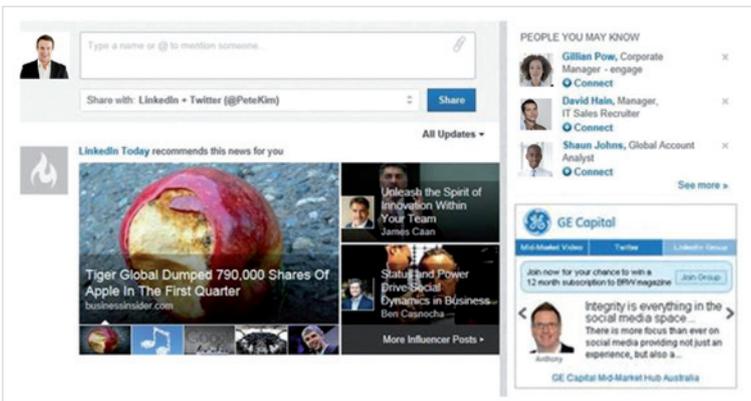
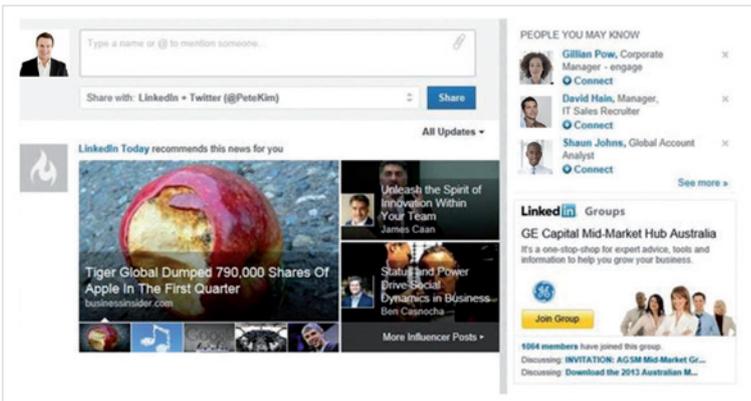
Le groupe GE Capital Mid-market Hub compte désormais plus de 2 000 membres actifs. Il génère plusieurs prospects qualifiés par semaine et 8 à 15 discussions en moyenne sont générées par GE Capital et ses partenaires. L'intérêt n'a cessé de croître et, d'un mois sur l'autre, les commentaires des membres dépassent désormais le nombre de nouvelles discussions, ce qui dénote un taux de participation élevé.

Captures d'écran

La communauté des moyennes entreprises sur LinkedIn



Publicités utilisées pour accroître la notoriété du groupe et le nombre de ses abonnés



Pour découvrir comment les Sponsored Updates de LinkedIn peuvent vous aider à obtenir des résultats pour votre entreprise, consultez lnkd.in/lesSponsoredUpdates.