

Étude de cas Lenovo

Engager la conversation grâce aux Sponsored Updates



Lenovo est une société spécialisée dans les technologies à usage personnel dont le chiffre d'affaires s'élève à 34 milliards de dollars US. Elle compte plus de 35 000 employés ainsi qu'une clientèle répartie dans plus de 160 pays. Présent dans la quasi-totalité des pays à travers le monde, Lenovo est récemment devenu le plus important fabricant de PC au monde, et s'impose peu à peu comme un leader sur les marchés connexes grâce à ses innovations smartphones et tablettes. Rod Strother, directeur général du Centre d'excellence sociale et numérique, est responsable de la stratégie des médias sociaux de Lenovo au niveau international. Il recherche en permanence de nouvelles opportunités permettant à l'entreprise de susciter toujours plus d'intérêt auprès de son audience.

Le contenu est primordial

La présence de Lenovo sur les réseaux continue à s'étendre mondialement et, selon Rod Strother, le contenu est la clé du succès de la stratégie de médias sociaux de l'entreprise. "Le contenu est ce qui nous relie à notre audience cible, et quelle que soit la quantité générée, il semblerait que nous n'en ayons jamais assez", dit-il. Lenovo souhaite entrer en contact avec diverses audiences et Rod Strother estime que la présence de l'entreprise sur LinkedIn a eu un réel impact. "LinkedIn est la plateforme essentielle qui nous permet d'atteindre des prospects qualifiés ou des professionnels du secteur." "Cette approche s'inscrit complètement dans notre objectif à long terme qui consiste à nous affirmer en tant que leaders du secteur en marketing de l'engagement", continue-t-il.

Le succès des Sponsored Updates

En mai et juin 2013, Lenovo a décidé d'utiliser les Sponsored Updates de LinkedIn pour familiariser davantage son audience sur les quatre thèmes suivants : la marque, le contenu de qualité, les produits et les tendances globales .

"Grâce à LinkedIn, nous observons une hausse de 17 % de la préférence de marque."



Rod Strother

Directeur, Centre d'excellence numérique et sociale, Lenovo

Objectifs

- Accroître la notoriété de la marque et des produits
- Amplifier le contenu actuel et susciter l'intérêt d'une audience plus large
- Augmenter le nombre d'abonnés à la page Entreprise LinkedIn de Lenovo
- Servir de test pour déterminer les futures initiatives de médias sociaux B2B

La solution

- Utiliser les Sponsored Updates pour amplifier la portée du contenu auprès de l'audience cible
- Optimiser le contenu via des outils d'analyse en temps réel pour les segments cibles

Pourquoi LinkedIn ?

- Pour atteindre les professionnels qualifiés
- Une opportunité de renforcer sa présence sur les médias sociaux

Résultats

- Une hausse de 17 % de la préférence de marque
- Un taux d'interaction sur les publications 4 fois supérieur à la moyenne

Rod Strother explique que Lenovo a pu personnaliser son contenu en fonction de ses audiences spécifiques et des attentes de chacune d'entre elles, afin de susciter davantage leur intérêt. "Au même titre que les médias traditionnels, cette stratégie nous a permis d'optimiser notre contenu en fonction des réactions de l'audience. Nous pouvons déjà parler de réussite", dit-il. "LinkedIn nous a permis non seulement de diversifier notre audience en attirant d'autres personnes que les passionnés de technologie, mais aussi de renforcer la collaboration avec nos clients futurs et actuels pour nos produits de la marque Think destinés aux professionnels et aux entreprises."

"Nous recherchons déjà comment continuer le mouvement sur d'autres marchés et échangeons des idées avec nos collègues au niveau international."




Rod Strother

Directeur, Centre d'excellence numérique et sociale, Lenovo

Lenovo · Sponsored

MONDAY DISCUSSION - What are some of the qualities that a leader should have? What do you think differentiates a manager from a leader?



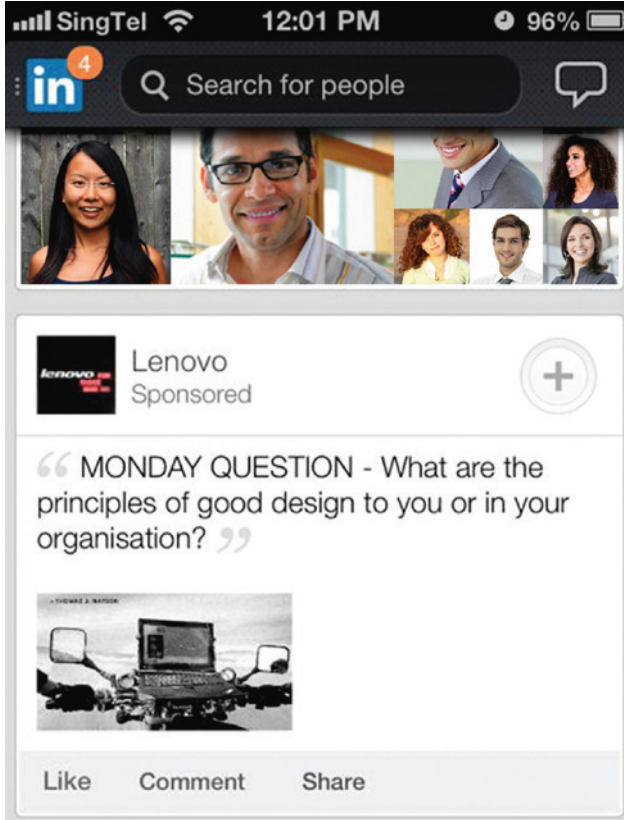
Follow Lenovo · Like (74) · Comment (16) · Share · 4mth ago

Manuel Rodri, Yohei Onod and 72 others

Show previous comments

Veronica Ciar A great leader works with team members' weaknesses & strengths. They are also able to admit their own weaknesses and strengths. This method will help the process of a project/corporation and will effectively create proper roles for all team members.
4mth ago

Natalia Olgu A real leader is someone who are always involved with the team in charge; he has to listen and do his best for his people. Also he has to know when is time to make changes and why.
4mth ago




SingTel 12:01 PM 96%

Search for people

Lenovo Sponsored


MONDAY QUESTION - What are the principles of good design to you or in your organisation?



Like Comment Share

Lenovo · Sponsored

Lenovo's Milko Dui, President Asia Pacific - offers his tips on best travel apps, coping with jet lag, and why he never checks luggage. Share your favorite travel tips with us in comments below.



How to Create a Road Routine
blogs.wsj.com · Lenovo Group Senior Vice President Milko Dui spoke to the Journal about the best travel apps, drinking to beat jet lag, and why he never checks luggage.

Follow Lenovo · Like (20) · Comment (4) · Share · 4mth ago

Tom Bradic, Harry Vee and 18 others

Show previous comments

Lenovo @deepak K. pls drop me an email - nhay@lenovo.com if i can help in anyway. Cheers, Naz
4mth ago

Harry Vee I have a travel check list with all my items on it that I always bring on a travel. This saves you a lot of headache wondering "did I pack everything?" Plus it saves you time.
4mth ago

Une stratégie de transparence

À travers le programme des Sponsored Updates de LinkedIn, Lenovo a analysé quantitativement ses résultats, tout en se focalisant sur le taux d'interaction. "Jusqu'à présent, les résultats ont été plus qu'encourageants," précise Rod Strother. "Nous observons des taux d'interaction sur les publications 4 fois supérieurs à la moyenne, ce qui est réellement positif pour l'entreprise". "Quant à l'étude sur l'impact de notre marque réalisée grâce aux outils LinkedIn, elle nous a permis d'observer une hausse de 17 % de la préférence de marque", ajoute-t-il. Lenovo s'impose peu à peu comme leader sur les marchés connexes grâce à ses innovations smartphones et tablettes et sa technologie émergente. Les informations précieuses récoltées auprès de son audience LinkedIn contribuent de façon cruciale au succès de l'entreprise. "La plupart des commentaires que nous obtenons lors de nos recherches seront essentiels pour le développement de nos futurs produits Touch", explique Rod Strother.

Pour plus d'informations sur Lenovo, consultez leur [page Entreprise](#)