



“领英给了我们信心，让我们确信能将有价值的内容送到亚太各地营销领导者手中。”

数码营销巨头借力领英平台

Adobe 是数码营销和数字媒体解决方案的全球领军者，为企业提供工具和服务，用来制作、管理、评估企业在数码世界跨渠道跨屏幕展示的内容，并利用这些内容获得营收。

通过每天对几十亿次交易的精密测算，Adobe Marketing Cloud (Adobe 跨渠道营销平台) 向客户展示人们如何通过互联网、移动设备及社交网络与他们联系。Adobe 市场营销总监 Paula Parkes 说：“这些信息为成功的现代市场推广活动奠定了基础——真实的数据带来真正的营销成果。” Adobe 与首席营销官理事会 (CMO Council) 共同开展研究，并希望向亚太地区的营销领导者推广研究成果，因此选择了领英作为合作伙伴，利用领英的数字营销绩效管理系统 (Digital Marketing Performance Dashboard)。

强大的合作伙伴

Adobe 利用电子邮件、媒体、社交媒体等多种渠道传播信息，推广 Adobe Marketing Cloud，并推动目标客户使用。

Adobe 管理层找到一种可衡量的方式，与决策者联络并分享职场大咖材料。领英为 Adobe 打造的推广策略包括展示广告、InMail、企业推广内容及直通车推广内容。领英为 Adobe 创造了联系适当人群的新机会。



Paula Parkes
Adobe 市场营销总监

目标

- 内容营销定向推送
- 可衡量的效果、可证明的投资回报率
- 强大持久的推广活动影响力

解决方案

- 推广 InMail
- 企业推广内容
- 直通车推广内容
- 展示广告

为什么选用领英？

- 轻松锁定决策者
- 领先的内容营销平台
- 可证明的投资回报率

收获成效

- 目标客户回复率比上年提高了 270%
- 带来了 260 万美元潜在业务和 200 万美元由营销促成的订单
- InMail 打开率达 63%，点击率最高达 15%

Parkes 说：“领英给了我们信心，让我们确信能将有价值的内容送到亚太各地营销领导者手中。他们最需要这些材料来证明数码投资在数码时代的商业意义。” Parkes 说能够加强 Adobe 的推广渠道是一个额外收获，“在相当长的时间里，领英极大地发挥了媒体营销的威力。”

“我们 2014 年对领英推广活动的投入增加了 33%，成效是目标客户回复率比上年提高了 270%。”



Paula Parkes
Adobe 市场营销总监

推广活动有效优化，回复率提高近三倍

这是 Adobe 第二年与领英合作向特定目标市场推送信息。在 2013 年获得良好效果之后，Adobe 在 2014 年与领英合作进一步提高推广活动的穿透力和有效性，获得了更为显著的成效。Parkes 解释道：“今年我们与领英团队的合作更加紧密，他们用最佳实践、范例和建议来指导我们，我们利用他们在全球的经验，不断优化我们的内容。” Adobe 2014 年推广活动花费比 2013 年增加了 33%，让目标客户回复率提高了 270%。

Parkes 说：“推广活动带来了 260 万美元潜在业务和 200 万美元营销促成的订单。” InMail 打开率高达 63%，点击率高达 15%，为 Adobe 带来了大量潜在客户，而且单个潜在客户成本远远低于预期。Parkes 说：“我们的亚太研究报告的购买人数较上一年大幅增加，这份报告是我们内容策略的重点之一。我们的客户覆盖率增长了 270%。”她补充说：“我们信心大增，相信可以使用领英来推广我们的亚太地区营销创意。”

紧密关注市场和信息

覆盖面与定制化是 Adobe 推广活动成功的关键。精确定向功能帮助 Adobe 准确定位目标市场并展开行动。Parkes 说：“领英使我们能够按行业、职能、地域、公司规模锁定目标人群，从而触及合适的目标客户。” Adobe 根据接收信息的不同人群调整信息。Parkes 解释道：“我们根据每种不同的目标人群有的放矢地传递信息。信息的相关度极为关键，使用企业推广快讯时尤其如此。”对 Parkes 来说，数码世界带来了一个“试验时代”，Adobe 尝试推送不同信息，以求最大程度地打动目标客户。Parkes 说：“我们可以通过 InMail 测试内容，并根据实时效果进行修改，这样我们就可以不断优化内容。”



优化的展示广告，推广 Adobe 的亚太地区数码营销绩效管理系统 (APAC Digital Marketing Performance Dashboard)

请访问 cn.marketing.linkedin.com，了解其他营销人士如何成功实现营销目标。