

H&M Group entwickelt nachhaltige Brand-Marketing-Strategie auf LinkedIn

Unternehmenssitz: Stockholm, Schweden | Beschäftigte: 150.000+ | Branche: Einzelhandel

Ziele

- Die Brand Awareness für die im Zuge einer Umstrukturierung entstandene Holding H&M-Gruppe steigern
- Eine berufliche Community auf LinkedIn aufbauen und durch wichtige Themen wie Technologie und Nachhaltigkeit mit ihr ins Gespräch kommen

Lösung

- Entwicklung einer Marketingstrategie für LinkedIn, die auf organischer und bezahlter Werbung beruht
- Durchführung von A/B-Tests, um herauszufinden, welche Inhalte bei welcher Zielgruppe am besten ankommen
- Entwicklung von Sponsored Video Ads, um das Interesse der Zielgruppe durch visuelles Storytelling zu wecken
- Verfeinerung des Zielgruppen-Targetings gemeinsam mit dem LinkedIn Marketing Solutions-Team über Branche und Standort hinaus, um auch berufliche Eigenschaften wie Kompetenzen und Interessen zu berücksichtigen

” Wir möchten, dass die Menschen unsere Marke positiv wahrnehmen und uns und unseren Werten vertrauen. Das geht nicht über Nacht. Man braucht eine Always-On-Strategie und muss in ständigem Kontakt mit Kolleg:innen, Kund:innen und den Communities vor Ort sein. Mit LinkedIn erreichen wir viele Menschen auf einmal und kommen wirklich mit ihnen ins Gespräch. “



Miriam Tappert | Projektmanagerin, People & Organisational Development, H&M-Gruppe

Ergebnisse

Innerhalb von 6 Monaten erzielte die H&M-Gruppe mit ihrer nachhaltigkeitsorientierten Brand-Awareness-Kampagne auf LinkedIn:

