

# SDA Bocconi spricht auf LinkedIn schwer erreichbare Zielgruppen an

SCHOOL OF MANAGEMENT

Hauptsitz: Mailand, Italien | Beschäftigte: 201-500 | Branche: Hochschulwesen

## Ziele

- Die Vorteile von LinkedIn als Marketingkanal verstehen lernen
- Anmeldungszahlen für die beiden Master- und Executive-Studiengänge steigern. Beide Studiengänge sind speziell auf Nischenzielgruppen zugeschnitten, die für die Wirtschaftshochschule traditionell schwer zu erreichen sind.

## Die Lösung

- Das Team der SDA Bocconi arbeitete eng mit der Medienagentur der Universität sowie LinkedIn Marketing Solutions zusammen, um seine Targeting-Strategie festzulegen und zu verfeinern.
- Es verfolgte einen testbasierten Ansatz zur ständigen Optimierung ihrer Kampagnen. So wurde beispielsweise getestet, ob die Besucher:innen zu einem Formular auf der Uni-Website oder zu Lead Gen Forms geleitet werden sollten, wobei sich letzteres als effektiver erwies.
- Das Team verfolgte die Performancedaten der Kampagne genau und gewann daraus Erkenntnisse über die Performance der Anzeigen, die demografischen Merkmale sowie das Verhalten der Zielgruppe. All das ermöglichte es dem Team, seine Strategie kontinuierlich zu verfeinern.

“ LinkedIn ist eine datengesteuerte Plattform und die Einblicke, die wir daraus gewinnen können, sind äußerst interessant. Die Conversion-Rate von Leads zu erfolgten Anmeldungen wird zwar aktuell noch ermittelt, aber allein die Tatsache, dass wir qualitativ hochwertige Kontakte mit dem richtigen demografischen Profil in unser CRM-System aufnehmen können, ist schon ein Gewinn.“



Marco La Torre

Senior Channel Marketing Manager,  
SDA Bocconi School of Management

## Ergebnisse

Innerhalb von zwei Monaten generierte die SDA Bocconi zahlreiche qualitativ hochwertige Leads zu Kosten pro Lead, die 40 % unter dem Zielwert lagen, wobei der Zielwert aus dem Vergleich mit anderen Kanälen ermittelt wurde. Die hohe Qualität der Leads wurde auch durch das Vertriebsteam bestätigt.

