



WorkMotion probiert auf LinkedIn erfolgreich Neues aus

Hauptsitz: Berlin, Deutschland | Beschäftigte: 51-200 | Branche: Internet

Herausforderung

- Die ambitionierten Wachstumspläne des Unternehmens durch die Generierung von hochwertigen Leads und Demoanforderungen unterstützen
- Für immer mehr neue, internationale Märkte mit unterschiedlichen behördlichen Vorschriften, Arbeitskulturen und Einstellungen effektive, regionalspezifische Marketingkampagnen entwickeln

Lösung

- Da die Kampagnen zur Lead-Generierung auf LinkedIn nur mäßig erfolgreich waren, haben die Marketer:innen von WorkMotion gemeinsam mit dem LinkedIn Marketing Solutions-Team einen Full-Funnel-Ansatz entwickelt.
- Anstatt sich nur auf Kennzahlen am unteren Ende des Funnels wie Kosten pro Lead zu konzentrieren, haben sie das Engagement in jeder Phase des Funnels gemessen. So konnten sie feststellen, an welchem Punkt der Customer Journey sich die Person befindet, und festlegen, mit welchen Inhalten sie diese konvertieren wollen.

” Wir sind international tätig und haben festgestellt, dass unsere Zielgruppe aus HR-Profis im jeweiligen Land andere Auflagen und Arbeitskulturen berücksichtigen muss. Um ihnen relevanten, lokalisierten Content anbieten zu können, beziehen wir unsere Vertriebler:innen und Prospects mit ein. Diese Informationen nutzen wir dann für die Targeting-Möglichkeiten und Anzeigenformate auf LinkedIn, um Awareness und Consideration zu schaffen und unsere Zielgruppe zu konvertieren. Damit sind wir erfolgreicher als mit der reinen Lead-Generierung. “



Jimena Mondragon
Head of Marketing
WorkMotion

