

Wie Census einen 10- fachen

PIPELINE-ZUWACHS MITHILFE DES LINKEDIN STARTUP-TEAMS VERZEICHNETE



Standort:
San Francisco

Beschäftigte:
100

Branche:
Softwareentwicklung

Census ist eine führende Datenaktivierungsplattform, die auf Reverse ETL basiert. Die Plattform verwandelt das Data Warehouse von Unternehmen in eine zentrale Anlaufstelle für Marketing- und Operations-Teams und versetzt diese in die Lage, auf Basis von zuverlässigen Daten gezielte Maßnahmen zu ergreifen. Mit dem Ziel, eine Pipeline aufzubauen und Prospects, die dem idealen Kundenprofil des Unternehmens entsprachen, zur Anforderung einer Produktdemo zu bewegen, wandten sich die Marketer:innen von Census an das LinkedIn Startup-Team und entwickelten gemeinsam eine Strategie, die zu einem beeindruckenden Pipeline-Zuwachs führte.



” Von Q3 auf Q4 stieg unsere Pipeline um mehr als 1.000 %. Das ist Wahnsinn! Ich habe in meiner über zehnjährigen Marketingkarriere noch nie solche Ergebnisse gesehen. “

Nathan Corliss

Performance Marketing Manager bei Census

Ziel

DIE RICHTIGE ZIELGRUPPE ERREICHEN

- Die Marketer:innen von Census wandten sich mit einem klaren Ziel an das LinkedIn Team: Prospects, die dem idealen Kundenprofil des Unternehmens entsprechen, dazu bewegen, hochwertige Demos anzufordern. Dabei handelte es sich um Entscheider:innen in Unternehmen mit Data-Warehouse-System, die Veränderungen in den Bereichen Daten, Umsatz und Marketing anstoßen können.
- Census kannte sein ideales Kundenprofil zwar, doch angesichts der Nische und Branche, in der das Unternehmen operierte, tat es sich schwer, diese Prospects zu erreichen und zu konvertieren. Zusätzliche Ressourcen und die Expertise des LinkedIn Teams waren gefragt.

Vorgehensweise

DIE STRATEGIE FESTLEGEN

- Das LinkedIn Startup-Team arbeitete mit Census zusammen, um die Ziele des Unternehmens zu verstehen und eine strategische Roadmap zur Erreichung dieser zu entwickeln. Dabei wurden zunächst konkrete Ziele und Erfolgskennzahlen ermittelt.
- Daraufhin entwarf das LinkedIn Startup-Team einen detaillierten Plan, mit dem Census seine Ziele erreichen sollte. Die neue Strategie konzentrierte sich auf die folgenden Bereiche: Zielgruppen und Targeting, Content und Botschaften, Anzeigenprodukte und Kampagnenstruktur.
- Dies half dem Marketingteam von Census, eine qualitativ hochwertige Zielgruppe auf- und auszubauen, relevanten Content und passende Botschaften zu entwickeln und die Roadmap für die A/B-Tests der kommenden Monate zu verinnerlichen.

” Es war so viel mehr als nur Unterstützung – das LinkedIn Startup-Team hat uns einen persönlichen Berater zur Seite gestellt, der uns geholfen hat, unsere Geschäftsziele zu identifizieren und zu präzisieren. “

Nathan Corliss

Performance Marketing Manager bei Census

Erfolgsfaktoren

KONTINUIERLICHE UNTERSTÜTZUNG

- Die Partnerschaft zwischen Census und LinkedIn beschränkte sich nicht auf die Strategieentwicklung. Die beiden Teams kamen regelmäßig zusammen, um sicherzustellen, dass die Kampagnen maximale Performance erzielten. Bei diesen Treffen standen die Backend-Daten von Census auf dem Prüfstand. Ziel war es, Bereiche zu identifizieren, in denen das Wachstum beschleunigt werden könnte. Außerdem sollte die Effizienz auf der Grundlage von Einblicken in die Pipeline und die Verkaufsergebnisse gesteigert werden.
- Corliss führt den Erfolg auf diese kontinuierliche Partnerschaft zurück: „Was mich überzeugt hat, war die Tatsache, dass wir nach der Entwicklung der Strategie nicht einfach uns selbst überlassen wurden.“ Ausgehend von den Erkenntnissen aus den Backend-Überprüfungen konnten Census und das LinkedIn Startup Team ROI-basierte Optimierungen vornehmen, die sich auf Einblicke in den Bereichen Zielgruppe, Targeting, Content und Botschaften stützten.
- Bei ihrer Arbeit behielten Census und LinkedIn ihre gemeinsamen Ziele klar vor Augen. „Das LinkedIn Team machte uns unmissverständlich klar, dass gut genug eben nicht ausreichend sei. Letztlich haben wir es ihnen zu verdanken, dass wir Top-Kontakte generieren konnten“, so Corliss.

VERFEINERUNG UND SKALIERUNG

- Durch die regelmäßigen Kontrolltermine erhielten die Kampagnen von Census den nötigen Feinschliff, der ganz neue Maßstäbe in Sachen Effizienz und Effektivität setzte.
- Das Census-Team überprüfte die Lead-Qualität wöchentlich und konnte so das Targeting optimieren und die Kampagnenergebnisse verbessern. „Mit jedem Monat, den wir mit dem LinkedIn Startup-Team zusammenarbeiten, steigt die Qualität unserer Leads weiter. Wir konzentrieren uns nur noch auf Leads, die wir wirklich ansprechen wollen, und erweitern unsere Zielgruppe um Personen, für die unser Produkt relevant ist.“
- Zusätzlich zur Verbesserung der Lead-Qualität nahmen Census und das LinkedIn Startup-Team auch konsequent Informationen unter die Lupe: Sie bewerteten den Effekt ihrer Kampagnen nach Content-Ad-Formaten und analysierten demografische und firmografische Trends anhand der leistungsstärksten Targeting-Kriterien, Conversion Rates und Größen von Geschäftsabschlüssen. Anhand dieser Trends konnte Census seine Strategie verfeinern und sein Budget gezielt in Maßnahmen zur Pipeline-Steigerung leiten.

Ergebnisse

BEISPIELLOSER PIPELINE-ZUWACHS

Dank regelmäßiger Überprüfungen und Anpassungen erzielte das Team von Census Ergebnisse, die weit über den Erwartungen lagen.

3-mal

mehr Leads
ggü. dem Vorhalbjahr

4-mal

mehr Deals
ggü. dem Vorhalbjahr

10-mal

größere Pipeline
ggü. dem Vorquartal

4,4-mal

größerer ROI
ggü. dem Vorquartal

”
Das LinkedIn Startup-Team stand uns als ebenbürtige Ergänzung unseres eigenen Marketingteams zur Seite. Es übernahm mindestens genauso viel Verantwortung für die Lead-Qualität und Ergebnisse wie wir, wenn nicht sogar mehr. “

Nathan Corliss

Performance Marketing Manager bei Census

Unter [LinkedIn Marketing für Startups](#) finden Sie weitere Ressourcen, die Ihr Unternehmen voranbringen.

LinkedIn Ads