

# Datengestützte Personalisierung führt zu 7-mal mehr Marketing-ROI auf LinkedIn



Hauptsitz: Kalifornien, USA | Beschäftigte: 51-200 | Branche: Computer-Software

## Herausforderung

- Mithilfe hochpersonalisierter Direct-Response-Kampagnen die Pipeline durch präzises Targeting potenzieller Kunden (Onlinehändler) ankurbeln
- Durch die erneute Ansprache von Zielgruppen mit Inhalten zu Brand Awareness und Produktbekanntheit langfristige Nachfrage sicherstellen

## Lösung

- Integration des Kampagnen-Managers mit der Datenaktivierungsplattform Hightouch.io und der Umsatz-Attribution-Plattform Dreamdata sowie der unternehmenseigenen Data-Warehouse-Lösung
- Verfolgen von mehr als 20 Signalen zur Kaufabsicht, um automatisch eine Marketingkampagne mit hochpersonalisierten Conversation Ads zu starten
- Einsatz von Markenbotschaften, Inhalten zur Steigerung der Produktbekanntheit und Kundenstorys, um den Kontakt zu Top-Funnel-Zielgruppen zu pflegen
- Messen der Kundendurchdringung und der Engagement-Rate, um zu bestimmen, wann Prospects bereit für die nächste Phase im Funnel sind

## Ergebnis

- 7-mal mehr ROI, 80 % Öffnungsrate bei Conversation Ads, 60 % Einsendung von Lead Gen Forms

” Durch die Kombination unserer Daten mit den Daten von LinkedIn im Rahmen der Partnerintegrationen können wir verschiedene Signale zum Kaufinteresse verfolgen und so hochpersonalisierte Kampagnen starten, die die richtigen Personen zum richtigen Zeitpunkt erreichen. Der Wert unserer Pipeline beträgt heute das 7-Fache unserer Marketingausgaben von 2021.



Maxime Sutra  
Growth Marketing & Demand Generation Manager  
Gorgias

