

# LMS365 Mit lokalisierten Always-on-Kampagnen zu mehr Erfolg

Hauptsitz: Århus C, Dänemark | Beschäftigte: 51–200 | Branche: Softwareentwicklung

## Ziel

In den USA, UK, Kanada, Lateinamerika, der DACH-Region, Frankreich und Dänemark kosteneffizient Leads generieren

## Lösung

### Lokalisierte Kampagnen

Das Team von LMS365 sprach seine dänische Zielgruppe testweise mit englischen und dänischen Anzeigen an und erzielte mit den dänischen Varianten eine zweimal höhere Lead-Gen-Form-Ausfüllrate. Basierend auf dieser Erkenntnis lokalisiert das Team nun alle Anzeigen für nicht englischsprachige Zielgruppen.

### Always-on-Marketing

Das Team führte eine Always-on- und Full-Funnel-Strategie ein und erstellte verschiedene Varianten jeder Anzeige, um die Performance seines E-Book-Contents mit A/B-Tests systematisch zu testen. Das Ergebnis: mehr Leads, eine höhere Lead-Gen-Form-Ausfüllrate und geringere Kosten pro Lead.

### Gebotsstrategie

Um ihr Budget bestmöglich einzusetzen, nutzt No Zebra, die Digital-Marketing-Agentur von LMS365, eine manuelle Gebotsstrategie: Nachdem ein etwas höheres Einstiegsgebot die gewünschten Impressions eingebracht hat, passt die Agentur das Gebot so lange an, bis das optimale Verhältnis zwischen Qualität und Kosten erreicht ist.

## Ergebnisse

74 %

der MQLs stammen aus Always-on-Kampagnen

2,5-fache

Lead-Gen-Form-Ausfüllrate vgl. mit LinkedIn Benchmarks

“ Wir generieren unsere MQLs ausschließlich mit LinkedIn und sind sehr zufrieden mit unseren Ergebnissen. Gemeinsam mit unserer Digital-Marketing-Agentur No Zebra und LinkedIn Marketing Solutions möchten wir im nächsten Schritt die Generierung von SQLs auf LinkedIn vorantreiben. Unser Ziel ist es, den Unicorn-Status zu erhalten. Um das zu erreichen, führen wir derzeit eine Full-Funnel-Strategie ein und planen eine großangelegte Kampagne zur Stärkung unserer Marke. ”



Mette Olesen  
Chief Marketing Officer  
LMS365