

raccoglie i frutti del marketing always-on localizzato

Sede principale: Århus C, Danimarca | Dipendenti: 51-200 | Settore: sviluppo software

Obiettivo

Generare lead di qualità negli Stati Uniti, nel Regno Unito, in Canada, America latina, regione DACH, Francia e Danimarca in modo economico

Soluzione

Marketing localizzato

LMS365 ha testato la pubblicazione di annunci sia in inglese che in danese a un'audience danese e ha scoperto che la versione localizzata generava un tasso di completamento del modulo di acquisizione di contatti 2 volte superiore. In virtù di questo risultato, LMS365 ora localizza tutti gli annunci destinati ai mercati europei.

Marketing always-on

LMS365 ha creato un funnel completo always-on contenente più varianti di ogni annuncio per testare le prestazioni dei propri e-book. Questo approccio ha portato a più lead, a un aumento del tasso di compilazione del modulo per l'acquisizione di contatti e a un costo per lead inferiore.

Strategia di offerta

Per massimizzare il rendimento del budget, No Zebra, l'agenzia di digital marketing di LMS365, ha usato una strategia di offerta manuale su LinkedIn: è partita da un'offerta più alta per garantire le impressioni e ha poi regolato di continuo l'offerta per trovare il giusto equilibrio tra costo e qualità dei lead.

Risultati

74%

di MQL da marketing
always-on

2,5 volte

tasso di completamento del
modulo per l'acquisizione di
contatti rispetto ai benchmark
della piattaforma

“

In termini di MQL (Marketing Quality Leads), LinkedIn ha prodotto risultati fantastici come piattaforma per l'acquisizione di contatti. Con il supporto della nostra agenzia digitale No Zebra e LinkedIn Marketing Solutions, il nostro prossimo passo sarà acquisire Sales Qualified Lead (SQL) direttamente su LinkedIn. Stiamo introducendo un approccio full funnel e programmando di spingere ulteriormente il brand, oltre ad alimentare costantemente l'ambizione di rapida crescita di LMS365.”



Mette Olesen
Chief Marketing Officer
LMS365