

Sede: Múnich, Alemania | Número de empleados: Más de 10.000 | Sector: Seguros

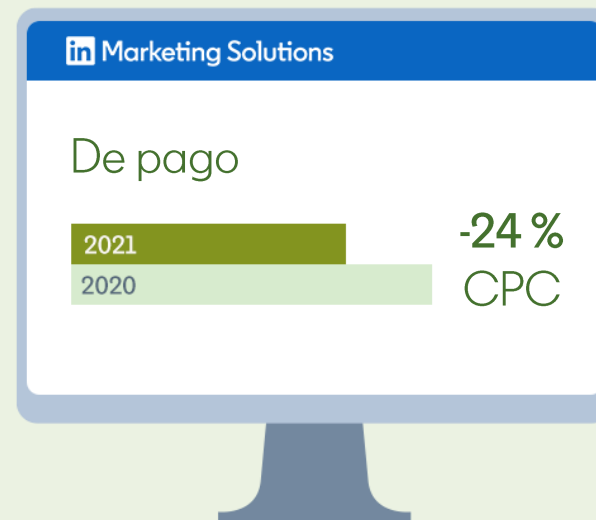
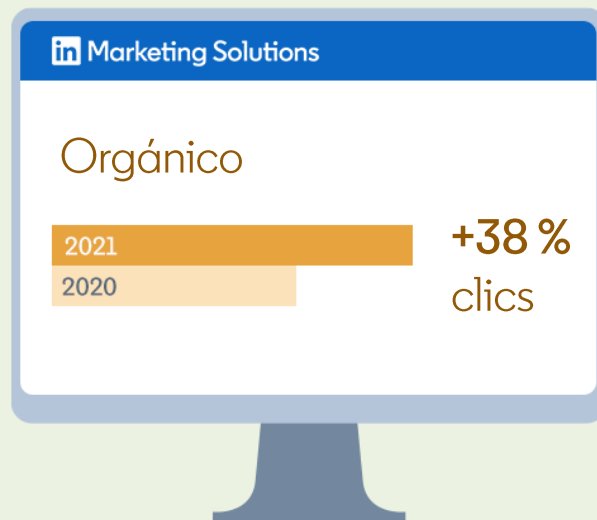
Reto

- Profundizar en la relación con su público principal, afianzarse como líder de opinión en ámbitos emergentes como la ciberseguridad y la sostenibilidad, y generar posibles clientes entre segmentos de públicos específicos.

Solución

- Unificó su presencia en LinkedIn creando una única página a nivel de grupo.
- Puso en marcha una estrategia general en las redes sociales de marketing orgánico y presencia permanente.
- Se basó en la interacción orgánica para crear contenido de pago, como campañas de conocimiento de marca que segmentó a grandes rasgos y campañas de generación de demanda dirigida a públicos específicos.

Resultados



«Ahora estamos en mejor disposición para dar a conocer nuestra marca y posicionarnos como líderes de opinión en temas clave de forma orgánica».



Hanna Liebgen | Responsable de redes sociales, Grupo Munich Re

«Estamos observando una relación causal entre la interacción que genera la empresa en LinkedIn y la velocidad con la que progresan nuestras conversaciones de ventas.»



Maximilian Heinrich | Consultor de comunicaciones digitales, Grupo Munich Re