



# WorkMotion

Sede: Berlín, Alemania | N.º de empleados: 51-200 | Sector: Internet

## Pruebas, aprendizaje y éxito en LinkedIn

### Retos

- Apoyar los ambiciosos planes de crecimiento de la empresa a través de la generación de un flujo de clientes potenciales con un alto nivel de calidad e interés.
- Crear campañas de marketing eficaces y localizadas a un número cada vez mayor de nuevos mercados internacionales en los que la normativa, la cultura laboral y la actitud pueden variar considerablemente.

### Solución

- Tras no haber logrado el éxito esperado con las campañas de contactos en LinkedIn, el equipo de marketing de WorkMotion comenzó a trabajar codo a codo con LinkedIn Marketing Solutions para desarrollar un enfoque estructurado de proceso completo.
- Empezó a hacer un seguimiento de los indicadores de participación en todas las etapas del proceso, en lugar de fijarse únicamente en datos de la fase final, como el coste por cliente potencial. Así, el equipo puede entender en qué punto del recorrido se encuentran los posibles clientes y determinar con qué contenido pueden dirigirlos hacia la conversión.

« Operamos a nivel internacional, de modo que los profesionales de RR. HH. a los que nos dirigimos trabajan con la normativa y la cultura laboral propias de cada país. Para crear un contenido localizado que les resulte útil, prestamos mucha atención a lo que nuestro equipo de ventas y nuestros posibles clientes nos cuentan. Luego lo aplicamos en LinkedIn, utilizando los recursos de segmentación de la plataforma y los diferentes formatos publicitarios para cultivar a nuestro público desde la percepción hasta la consideración y, finalmente, la conversión. Hemos comprobado que esta estrategia funciona mucho mejor que nuestro enfoque anterior, que se centraba exclusivamente en la generación de contactos. »



**Jimena Mondragon**  
Responsable de marketing  
WorkMotion

