LinkedIn Marketing Solutions

# Contenido, contactos y comunidad

Cómo la empresa de créditos de consumo líder en Italia ha sabido crear una comunidad digital en respuesta a la pandemia y con miras al futuro

Agospartner

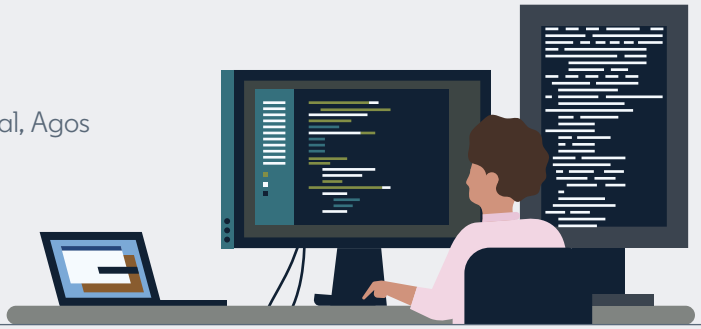
**Ubicación:**
Milán, Italia

**Número de empleados:**
1001 - 5000

**Sector:**
Servicios financieros

> Hemos creado Agos Partner como una forma de reequilibrar el contacto humano que se había perdido como resultado de la pandemia. Nuestro objetivo es mantener la implicación de nuestros socios, reforzar la marca y estar al día de lo que ocurre en el mercado. Puesto que LinkedIn es el punto de encuentro natural de los profesionales B2B, tiene sentido que nuestra comunidad digital se reúna ahí.

**Alessio Cacciatori**
Jefe de marketing comercial, Agos



## La marca

**Agos** es una empresa de créditos de consumo líder en Italia. Opera en un modelo B2C y B2B2C y ofrece soluciones financieras a los consumidores a través de una amplia red de sucursales y empresas asociadas. Esto incluye acuerdos, a menudo exclusivos, con más de 20.000 puntos de venta y marcas comerciales importantes como IKEA y Mondo Convenienza en accesorios para el hogar, Unieuro en electrónica de consumo y Suzuki, Honda y Piaggio en el sector automovilístico.

Tradicionalmente, sus vendedores captaban a estas empresas asociadas en persona, en reuniones cara a cara. Cuando esto dejó de ser posible debido a la pandemia de COVID-19, la empresa respondió enseguida con la creación de Agos Partner, un canal de comunicaciones B2B digital orientado al contenido.

# Adelantarse con la digitalización

En marzo de 2020, Agos lanzó un sitio web solo para Agos Partner, su centro de contenido principal, así como una página de productos de LinkedIn para compartir contenido e interactuar con la comunidad. La página de productos de Agos Partner es la primera del mercado de créditos de consumo italiano dedicada a los sectores del mercado mobiliario, la venta minorista y la automoción B2B.

Crear la comunidad de Agos Partner fue una prioridad. Con un claro público segmentado definido por sector y nivel de responsabilidad, el jefe de marketing comercial, Alessio Cacciatori, y su equipo colaboraron con LinkedIn Marketing Solutions para desarrollar una estrategia de marketing digital que aunase oportunidades de contenido multimedia pagado y orgánico en la plataforma. Su objetivo era conseguir 4.000 seguidores para Agos Partner para diciembre de 2021. El objetivo se logró en dos tercios de ese tiempo y en agosto de 2021 se llegó a duplicar el número de seguidores.

# Los resultados

x2

de seguidores
en **ocho meses**

## Seguidores de alta calidad

59 %

responsables de las decisiones sénior, porcentaje que supera con creces **el parámetro de referencia del 35 %**

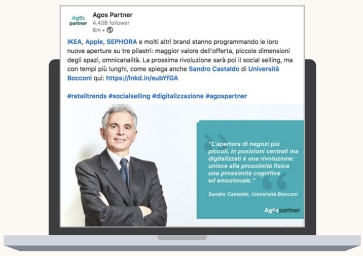
Datos basados en información detallada sobre los seguidores de julio de 2021

# Desarrollar una estrategia digital cohesionada

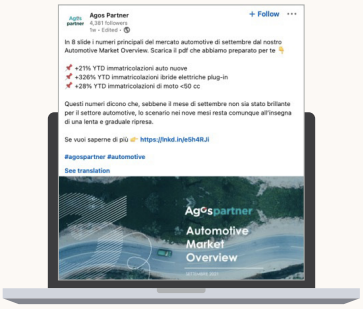
Antes de Agos Partner, la empresa no tenía un punto de contacto digital directo para las comunicaciones B2B. Ahora, el canal se ha convertido en un activo digital clave que apoya la marca de Agos y refuerza su posición como líder del mercado. Esto ha sido posible porque Agos ha podido desarrollar rápidamente una estrategia digital uniforme con el apoyo de LinkedIn Marketing Solutions y con la participación de todas las partes interesadas internas, en particular su red de ventas B2B. Destacan tres elementos de su estrategia:

## 1 Entregar valor a través del contenido

Agos Partner se centra en compartir información relevante y oportuna de interés para la comunidad mediante análisis de las tendencias del sector, informes de encuestas, casos prácticos y entrevistas para captar y mantener el interés. Pero eso no es todo: Agos Partner ha desarrollado su propia plataforma de datos para el mundo de la automoción, llamada Automotive Market Overview, que se promociona a través de LinkedIn. Este contenido tan valioso está compuesto por una combinación de imágenes, vídeos, artículos y documentos.




Entrevistas con expertos




Informes del sector

Sostenibilidad

## 2 Compromiso con un enfoque de presencia permanente

El equipo comercial de Agos Partner cuenta con un calendario editorial en el que se organiza un plan de contenido y una programación de publicaciones. Esto les permite asegurarse de que los seguidores interactúan de forma consistente con contenido nuevo. Para llegar a un público más amplio y conseguir nuevos seguidores, las publicaciones orgánicas de alto rendimiento se transforman en contenido patrocinado en la plataforma y las vistas previas del contenido más significativo de Agos Partner se insertan en la newsletter electrónica de la empresa para generar tráfico en la página de productos de LinkedIn.

## 3 Optimización, aprendizaje y pruebas continuas

Aunque parezca que Agos Partner ha descubierto una estrategia de mercado de éxito, Alessio aclara que utilizan LinkedIn Marketing Solutions constantemente como herramienta para supervisar, medir y perfeccionar su trabajo. Esto incluye probar distintas combinaciones de segmentación para llegar al público adecuado y ajustar las pujas y los presupuestos para optimizar el gasto según las circunstancias.

# Impulsar a Agos Partner hacia el futuro

Agos Partner nació a raíz de la pandemia y su éxito le ha llevado a formar parte indefinidamente de la gran estrategia de marketing de la empresa.

> Estamos recibiendo muy buenos comentarios de los vendedores. En la comunidad de Agos Partner, están encontrando nuevos contactos y utilizando el contenido como una única fuente de información para facilitar sus interacciones de venta. De este modo, se aseguran de que sus mensajes se entreguen de manera coherente en todos los puntos de contacto.

**Alessio Cacciatori**
Jefe de marketing comercial, Agos

Por todas estas razones, no hay ninguna duda de que Agos continuará utilizando LinkedIn en su proceso digital y, además, buscará nuevas formas de ampliar aún más su comunidad y crear sinergias con sus socios, siguiendo una estrategia digital que denominan «100 % digital, 100 % humano.»