

El grupo H&M tiene una buena estrategia de marca de moda sostenible en LinkedIn

Sede: Estocolmo, Suecia | Núm. de empleados: +150.000 | Industria: Venta minorista

Objetivos

- Fomentar el conocimiento de marca del grupo H&M, que se fundó como parte de una reestructura organizacional.
- Aumentar una red profesional en LinkedIn que se involucre como grupo en temas como la tecnología o la sostenibilidad.

Solución

- Adoptar una estrategia de marketing orgánico y de pago en LinkedIn.
- Hacer gran cantidad de pruebas A/B de sus campañas de marketing de pago para entender al público y saber a qué contenido responden mejor.
- Recurrir a anuncios de vídeo patrocinados para narrar de un modo más visual.
- Colaborar estrechamente con el equipo de LinkedIn Marketing Solutions para perfeccionar la segmentación del público, más allá de la industria y la ubicación y de otras características profesionales como las aptitudes y los intereses.

« Queremos generar una percepción positiva de la marca e inspirar confianza respecto a quiénes somos y qué representamos. Esto no es algo que se pueda hacer de la noche a la mañana. Es indispensable tener una estrategia permanente y mantener conversaciones continuas con compañeros de trabajo, clientes y comunidades. Gracias a LinkedIn, las conversaciones pueden llevarse a cabo de una manera interesante y ampliable. »



Miriam Tappert | Projektmanagerin, People & Organisational Development, H&M-Gruppe

Resultados

En seis meses, la campaña de conocimiento de la marca centrada en la sostenibilidad del grupo H&M en LinkedIn ha conseguido:

