

# payhawk genera conversiones con contenido en LinkedIn

Sede: Londres, Reino Unido | N.º de empleados: 51-200 | Sector: servicios financieros

## Reto

- Generar posibles clientes de calidad en los mercados clave de Reino Unido, Alemania y España.
- Relativamente poco conocimiento del producto y de su innovadora solución integral.

## Enfoque

- Pasar de las campañas de fase final a una estrategia de contenido de proceso completo en LinkedIn, lo que permite acercarse a los públicos por descubrir y aumentar el conocimiento y la consideración del producto antes de cultivar a los posibles clientes de calidad para su conversión.
- Trabajar estrechamente con el equipo de ventas para identificar las dificultades de los clientes y crear contenido de calidad para abordarlas.
- Apostar por la evaluación y la optimización y combinar las recomendaciones de LinkedIn con los resultados de pruebas A/B para saber qué es lo que más le interesa al público.

«Creo que nuestro éxito en LinkedIn se debe a que utilizamos la plataforma para lo que está pensada. Nuestro público objetivo visita LinkedIn en busca de información que le ayude en su trabajo. Como ya viene pensando en eso, responde bien cuando le ofrecemos contenido útil, informativo y relevante para sus necesidades. Ahora, nuestro coste por posible contacto en LinkedIn es un 85 % inferior a la media del sector.»



Désirée Schildt | responsable de desarrollo, Payhawk

Reducción  
del 85 %

del coste por posible contacto  
en comparación con la media  
del sector

