

Sede: Milán, Italia | Número de empleados: 201-500 | Sector: educación superior

## Objetivo

- Conocer la capacidad de LinkedIn como canal de marketing.
- Generar inscripciones en dos de sus másteres y programas Executive, específicamente dirigidos a un público nicho que suele ser un segmento difícil de alcanzar para la escuela de negocios.

## Solución

- SDA Bocconi, su agencia de medios de comunicación y LinkedIn Marketing Solutions colaboraron estrechamente para definir y perfeccionar su estrategia de segmentación.
- Apostaron por la optimización continua de las campañas y la mentalidad de prueba y aprendizaje. Por ejemplo, probó tanto a conducir al público a un formulario en su sitio web como a realizar formularios de generación de contactos de LinkedIn y descubrió que esta última solución era más eficaz.
- También siguió de cerca los datos de rendimiento de la campaña, extrayendo información sobre el rendimiento de los anuncios, información detallada del público y datos sobre comportamiento para afinar continuamente su estrategia.

«LinkedIn es una plataforma basada en datos y el nivel de información que podemos obtener de ella es muy interesante. Aunque todavía estamos evaluando la tasa de captación de posibles clientes, el mero hecho de saber que estamos añadiendo contactos de calidad con el perfil demográfico adecuado a nuestro sistema de CRM es una victoria en sí.»



Marco La Torre

Responsable sénior de marketing de canal,  
SDA Bocconi School of Management

## Resultados

En dos meses, SDA Bocconi consiguió un buen volumen de posibles clientes de calidad, a un coste por posible contacto un 40 % inferior al objetivo, que se comparó al de otros canales. Además, la calidad de los contactos fue validada por su equipo de ventas.

