

# Cómo Census multiplicó

# x 10

## LAS OPORTUNIDADES DE VENTA CON EL EQUIPO DE LINKEDIN PARA EMPRESAS EMERGENTES



Ubicación:  
San Francisco

Número de empleados:  
100

Sector:  
Desarrollo de software

Census es una plataforma líder en activación de datos que utiliza Reverse ETL. Su solución transforma el almacén de datos en una plataforma para operaciones de marketing y comerciales, y pone en manos de los equipos recursos basados en datos de confianza para facilitar su trabajo. Con el objetivo de generar oportunidades de venta y cerrar demostraciones con clientes con su perfil ideal, el equipo de marketing de Census colaboró con el equipo de LinkedIn para empresas emergentes para diseñar una estrategia que multiplicaría exponencialmente las oportunidades de venta.



« Del tercer trimestre al cuarto, las oportunidades de venta han aumentado en más de un 1000 %. ¡Es espectacular! Nunca antes en mis diez años en el mundo del marketing había visto unos resultados así. »

**Nathan Corliss**

Responsable de marketing de rendimiento de Census

### Objetivo

#### LLEGAR AL PÚBLICO ADECUADO

- El equipo de marketing de Census planteó claramente su objetivo al equipo de LinkedIn: conseguir reservas de demostraciones de calidad con posibles clientes con su perfil ideal. En su caso, responsables de las decisiones en empresas que usan almacenes de datos nativos, con capacidad para influir en ámbitos como los datos, los ingresos y el marketing.
- Census tenía claro su perfil de cliente ideal, pero por sus especificidades no era nada fácil establecer contacto ni conseguir su conversión. Y ahí entraron en juego los recursos y el asesoramiento de los expertos del equipo de LinkedIn.

### Enfoque

#### DEFINIR LA ESTRATEGIA

- El equipo de LinkedIn para empresas emergentes empezó a trabajar con Census para entender sus objetivos y diseñar una estrategia para alcanzarlos. El proceso arrancó con un diálogo para identificar segmentos específicos y los indicadores de rendimiento necesarios.
- A partir de este punto, el equipo de LinkedIn presentó un plan detallado para ayudar a Census a pasar de las ideas a la realidad. La nueva estrategia giraba en torno a diferentes ejes: públicos y segmentación, contenido y mensajes, productos publicitarios, y estructura general de las campañas.
- Desde estas líneas maestras, el equipo de marketing de Census pudo definir y moldear un público de alta calidad, crear contenido relevante y desarrollar sus mensajes, y entender claramente la hoja de ruta de pruebas A/B a varios meses vista.

« Fue mucho más que una simple ayuda: el equipo de LinkedIn para empresas emergentes nos asignó a un experto en exclusiva, que nos ayudó a identificar y delimitar los objetivos de negocio. »

**Nathan Corliss**

Responsable de marketing de rendimiento

# Claves del éxito

## UN APOYO ESTRATÉGICO

- La alianza entre Census y LinkedIn no se limitó al desarrollo de la estrategia inicial: los dos equipos mantuvieron un contacto regular para garantizar un rendimiento siempre máximo de las campañas. En estas reuniones, se analizaron los datos de back-end de Census para identificar áreas con potencial de crecimiento y ganar eficiencia a partir de la información de oportunidades de venta y los resultados comerciales.
- Corliss valora esta colaboración como una pieza clave en el éxito de Census. «Lo más interesante es que después del lanzamiento el proyecto no murió allí». Las conclusiones de los análisis del back-end ayudaron a Census y al equipo de LinkedIn para empresas emergentes a introducir optimizaciones basadas en el rendimiento de la inversión, utilizando información relacionada con el público, la segmentación, el contenido y los mensajes.
- Los equipos de Census y LinkedIn trabajaron en estrecha colaboración para alcanzar sus objetivos compartidos. «El equipo de LinkedIn no se conformó con cumplir el expediente. Estuvieron a nuestro lado hasta que conseguimos generar contactos de altísima calidad», explica Corliss.

## UNA MEJORA CONTINUA

- Los controles regulares permitieron introducir mejoras que subieron el listón de la eficiencia y la efectividad de las campañas de Census.
- Una revisión semanal de calidad de los posibles contactos ayudó al equipo de Census a mejorar su segmentación y los resultados de sus campañas. «Después de cada reunión mensual con el equipo de LinkedIn mejora la calidad de nuestros posibles contactos. Descartamos a personas que no encajan con nuestra segmentación y ampliamos el foco para llegar a un público mayor».
- Más allá de unos posibles contactos de mejor calidad, Census y el equipo de LinkedIn para empresas emergentes analizaron detenidamente el impacto del formato de los anuncios de contenido en las fases finales del proceso o las tendencias demográficas y de perfil empresarial, fijándose en las características de segmentación más eficaces, las tasas de conversión y los volúmenes de los acuerdos. Gracias a estas tendencias, Census consiguió afinar mejor su estrategia y optimizar la inversión para conseguir el máximo impacto en las oportunidades de venta.

## Resultados

### AUMENTO NUNCA VISTO DE OPORTUNIDADES DE VENTA

Con auditorías y ajustes regulares, el equipo de Census consiguió unos resultados muy por encima de las expectativas.

x 3

Aumento de posibles contactos de un semestre a otro

x 4

Aumento de acuerdos de un semestre a otro

x 10

Aumento en oportunidades de venta de un semestre a otro

x 4,4

Aumento en el rendimiento de la inversión de un trimestre a otro

« El equipo de LinkedIn para empresas emergentes era como una prolongación de nuestro equipo de marketing propio. Se preocupaban por la calidad de los posibles contactos y por los resultados tanto como nosotros, o incluso más. »

### Nathan Corliss

Responsable de marketing de rendimiento de Census

Visita el [portal de LinkedIn Marketing para empresas emergentes](#) y encuentra más recursos para multiplicar el crecimiento de tu negocio

LinkedIn Ads