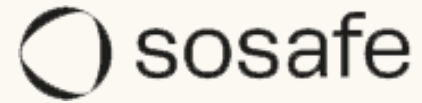


# Mesurer les performances de la génération de leads sur LinkedIn et au-delà



Siège : Cologne, Allemagne | Nombre d'employés : entre 201 et 500 | Secteur : technologies et services de l'information

## Le challenge

- Prouver l'efficacité de LinkedIn en tant que plateforme de génération de leads
- Augmenter la notoriété du produit auprès des membres de l'audience cible et les convertir en leads qualifiés par le service marketing (MQL)
- Favoriser les ventes internes en transformant les MQL en leads qualifiés par le service commercial (SQL) et en leads acceptés par le service commercial (SAL)

## La solution

- Intégration de Campaign Manager avec des plateformes CRM et d'automatisation marketing pour une circulation fluide des données
- Mise en place d'une méthode de scoring de leads et d'un programme de nurturing des leads afin d'assurer le suivi de leur parcours
- Lancement de campagnes marketing full-funnel sur LinkedIn : campagnes de haut de funnel axées sur la notoriété et l'information et campagnes de milieu/bas de funnel axées sur des ressources exploitables comme des audits de cybersécurité pour favoriser la génération de leads
- Lancement de campagnes d'account-based marketing sur LinkedIn pour toucher des audiences spécialisées

“ En neuf mois, nous avons pu montrer à toute l'entreprise que nous touchions la bonne audience, obtenions plus de leads et maintenions un coût par lead raisonnable sur LinkedIn.



Felix Jung  
Performance Marketing Manager, SoSafe

L'intérêt pour notre marque que nous suscitons sur LinkedIn nous donne une longueur d'avance pour l'année prochaine. En effet, nous prévoyons d'amplifier nos efforts marketing pour nous développer à l'échelle mondiale, et plus seulement en Allemagne-Autriche-Suisse.”



Patrik Thies  
Senior Online Marketing Manager, SoSafe

