

H&M Group met en place une stratégie de marque durable sur LinkedIn

Siège social : Stockholm, Suède | Nombre d'employés : + de 150 000 | Secteur : commerce de détail

Objectifs

- Développer la notoriété de marque pour l'entreprise H&M Group dans le cadre d'une restructuration
- Développer et interagir avec une communauté professionnelle sur LinkedIn autour de sujets clés comme la technologie et la durabilité

Solutions

- Adoption d'une stratégie organique et payante sur LinkedIn
- A/B testing des campagnes marketing payantes pour mieux comprendre les audiences et le contenu qui leur correspond le mieux
- Lancement des Sponsored Video Ads pour une approche plus visuelle du storytelling
- Collaboration étroite avec l'équipe de LinkedIn Marketing Solutions pour affiner le ciblage de l'audience, voir plus loin que les secteurs et les zones géographiques et intégrer les attributs professionnels tels que les compétences et les centres d'intérêt

“ Nous souhaitons donner une image positive de notre marque et inspirer confiance en notre identité et nos valeurs. Un investissement ponctuel ne suffit pas pour y parvenir. Il est essentiel de disposer d'une stratégie always-on et d'échanger en permanence avec les collègues, la clientèle et les communautés. LinkedIn nous permet d'instaurer ce dialogue à grande échelle tout en favorisant les interactions. ”



Miriam Tappert | Project Manager, People & Organisational Development, H&M Group

Les résultats

En six mois, la campagne de notoriété de la marque du groupe H&M axée sur la durabilité sur LinkedIn a obtenu les résultats suivants :

