

Comment Census a obtenu

10x PLUS DE LEADS AVEC L'ÉQUIPE SPÉCIAL START-UPS DE LINKEDIN



Lieu :
San Francisco

Nombre d'employés :
100

Secteur :
Développement de logiciels

Census est une plateforme d'activation des données leader qui s'appuie sur la technologie Reverse ETL. Elle transforme l'entrepôt de données en hub pour les opérations marketing et métier, ce qui permet une prise de décision optimale grâce à des données de grande fiabilité. Afin d'alimenter son pipeline et d'obtenir des demandes de démonstration auprès de son profil client idéal (PCI), l'équipe marketing de Census a fait appel à l'équipe spécial start-ups de LinkedIn, qui l'a aidée à mettre en place une stratégie gagnante.



“ Notre pipeline a augmenté de 1 000% entre le troisième et le quatrième trimestre. C'est incroyable ! Je n'ai jamais vu de tels résultats en plus de 10 ans de carrière dans le marketing. ”

Nathan Corliss

Performance Marketing Manager chez Census

L'objectif

TOUCHER LA BONNE AUDIENCE

- L'équipe marketing de Census s'est tournée vers LinkedIn avec un objectif bien défini : obtenir des demandes de démonstrations auprès de prospects de qualité correspondant à son PCI. La cible ? Les décideurs au sein d'entreprises gérant leur propre entrepôt de données qui peuvent être moteurs de changement tant au niveau des données que de la gestion du chiffre d'affaires et du marketing.
- Si Census connaissait son PCI, ce dernier restait difficile à cibler et à convertir de par sa spécificité et sa nature même. L'entreprise avait besoin des ressources et des conseils d'experts de l'équipe LinkedIn.

L'approche

DÉFINIR LA STRATÉGIE

- L'équipe spécial start-ups de LinkedIn a aidé Census à cerner ses objectifs et à développer une feuille de route stratégique pour les atteindre. Une première conversation a ainsi permis d'identifier des objectifs chiffrés spécifiques.
- De là, l'équipe spécial start-ups de LinkedIn a pu mettre en place une stratégie détaillée en vue d'atteindre ces résultats. Quatre axes de travail ont été identifiés : audiences et ciblage, contenus et messages, produits publicitaires et structure globale des campagnes.
- L'équipe marketing de Census a ainsi pu définir et affiner une audience de haute qualité, développer des contenus et des messages pertinents, et établir une feuille de route claire en matière d'A/B tests pour les mois à venir.

“ C'était bien plus qu'une simple assistance : l'équipe spécial start-ups de LinkedIn a mis à notre disposition un conseiller unique qui nous a véritablement aidés à définir et à clarifier nos objectifs. ”

Nathan Corliss

Performance Marketing Manager chez Census

Facteurs de succès

UN PARTENARIAT AU SERVICE DES RÉSULTATS

- Le partenariat entre Census et LinkedIn ne s'est pas limité au développement de la stratégie initiale. Les deux équipes se sont réunies fréquemment afin de maintenir les performances des campagnes à un degré optimal. Lors de ces réunions, les experts LinkedIn s'appuyaient sur les données back-end de Census pour analyser le pipeline et les ventes de l'entreprise, et identifier ainsi des moyens d'accélérer la croissance et de gagner en rentabilité.
- Pour Nathan Corliss, ce partenariat suivi a été la clé du succès. "Ce qui fait la différence, c'est qu'ils ne se sont pas contentés de lancer le projet et adieu." L'analyse des données a permis à Census et à l'équipe spécial start-ups de LinkedIn de mettre en place des optimisations axées sur le ROI, en mobilisant des insights portant aussi bien sur les audiences et le ciblage que sur les contenus et les messages.
- Les équipes de Census et de LinkedIn ont travaillé en étroite collaboration pour rester impliquées autour des objectifs communs. "L'équipe LinkedIn nous a encouragé à ne pas nous contenter du strict minimum. Elle n'a pas cessé de nous conseiller jusqu'à ce que nous arrivions à générer des contacts de qualité exceptionnelle", explique Nathan Corliss.

UN PROCESSUS CONTINU

- Les points réguliers entre équipes ont rendu possible un affinement continu des campagnes qui a permis à Census de passer au niveau supérieur en matière d'efficacité.
- L'équipe de Census procédait également à une évaluation hebdomadaire de la qualité des leads pour affiner son ciblage et améliorer les résultats des campagnes. "À chaque mois de collaboration avec l'équipe spécial start-ups de LinkedIn, la qualité de nos leads s'améliore. Nous mettons de côté les profils non pertinents tout en élargissant notre audience pour cibler encore plus de professionnels pouvant tirer profit de notre produit."
- En plus d'améliorer la qualité des leads, Census et l'équipe spécial start-ups de LinkedIn procédaient à un suivi constant afin d'identifier l'impact des différents formats publicitaires sur le bas du funnel, en analysant également les critères de ciblage les plus performants, les taux de conversion et le montant des contrats pour établir des tendances démographiques et firmographiques. Des données qui permettaient ensuite à Census d'affiner sa stratégie et de réallouer son budget de manière à optimiser son pipeline.

Les résultats

UNE CROISSANCE SANS PRÉCÉDENT DU PIPELINE

Grâce à des contrôles et à des ajustements réguliers, les résultats obtenus ont de loin excédé les attentes de Census.

3x

plus de leads d'un semestre à l'autre

4x

plus de contrats d'un semestre à l'autre

10x

plus de prospects d'un trimestre à l'autre.

340%

d'augmentation du ROI d'un trimestre à l'autre.

“ C'est presque comme si l'équipe spécial start-ups de LinkedIn était devenue une extension de notre équipe marketing interne. Elle était aussi focalisée que nous sur la qualité des leads et les résultats, si ce n'est plus. ”

Nathan Corliss

Performance Marketing Manager chez Census

Rendez-vous sur la page [LinkedIn Marketing pour les start-ups](#) afin d'accéder à plus de ressources en vue d'accélérer la croissance de votre entreprise

LinkedIn Ads