

La personnalisation basée sur les données permet de multiplier par 7 le ROI du marketing sur LinkedIn



Siège : Californie, États-Unis | Nombre d'employés : entre 51 et 200 | Secteur : Logiciels informatiques

Challenge

- Alimenter le pipeline en ciblant des prospects (plateformes e-commerce) de façon précise à l'aide de campagnes à réponse directe hautement personnalisées
- Générer de la demande sur le long terme en reciblant et en nurturant des audiences engagées au moyen de contenus axés sur la notoriété de la marque et du produit

Solution

- Intégration de Campaign Manager avec Hightouch.io, une plateforme d'activation de données, et Dreamdata, une plateforme d'attribution du chiffre d'affaires, et son propre entrepôt de données
- Analyse de plus de 20 signaux d'intention d'achat pour déclencher automatiquement une campagne marketing avec des messages hautement personnalisés diffusés dans des Conversation Ads
- Diffusion de messages de marque, de contenus axés sur la notoriété du produit et de témoignages clients pour nurturer des audiences en haut du funnel
- Suivi de la pénétration au sein des comptes et du taux d'engagement pour déterminer quand les prospects sont prêts à progresser dans le funnel
- Multiplication par 7 du ROI, 80% de taux d'ouverture pour les Conversation Ads, 60% de taux d'envoi pour les formulaires Lead Gen

Résultats

“ En combinant nos données avec celles de LinkedIn par le biais d'intégrations de partenaires, nous avons pu surveiller toute une série de signaux d'intention et lancer des campagnes hautement personnalisées auprès des bonnes audiences et au bon moment. Nous avons ainsi pu constituer un pipeline d'une valeur 7x supérieure à nos dépenses marketing en 2021.



Maxime Sutra
Growth Marketing & Demand Generation Manager Gorgias

