

## L'obiettivo

- Generare lead di qualità sul breve periodo per riempire la pipeline di vendita, e intanto coltivare potenziali clienti per il lungo periodo

## La soluzione

Un approccio su due fronti:

- Per creare la domanda futura, Expensya coltiva un'ampia audience usando contenuti di qualità come e-book e infografiche. In questo modo produce un grande volume di lead freddi da coltivare sul lungo periodo.
- Per catturare la domanda attuale, il team mira ai decision maker senior altamente interessati con messaggi di acquisition. Essendo un approccio più mirato, i tassi di completamento dei moduli per l'acquisizione di contatti tendono a essere 2 volte più alti rispetto a quelli registrati per i lead freddi.

“ LinkedIn è l'unico canale di acquisizione dove abbiamo la certezza di mirare alle aziende giuste e ai giusti decision maker.”



**Olivier Gallet Raffaely**

Paid Acquisition Team Leader, Expensya

Targeting ampio

4X

Volume dei contatti acquisiti

Targeting ristretto

2X

Efficienza dell'acquisizione di contatti

