

payhawk aumenta le conversioni con i contenuti su LinkedIn

Sede principale: Londra, Regno Unito | Dipendenti: 51-200 | Settore: servizi finanziari

La sfida

- Attrarre lead di alta qualità in mercati chiave di Regno Unito, Germania e Spagna
- Notorietà e conoscenza relativamente basse della sua innovativa soluzione completa

L'approccio

- L'azienda ha sostituito le campagne bottom-funnel con una strategia dei contenuti full-funnel su LinkedIn, usandola per conquistare le "audience fredde" e aumentare la notorietà del prodotto prima di portare alla conversione utenti altamente interessati.
- Ha lavorato a stretto contatto con il team di vendita per identificare i punti dolenti dei clienti e sviluppare contenuti che li aiutassero a risolverli.
- Si è impegnata a testare e ottimizzare, applicando le best practice di LinkedIn unitamente alle conoscenze acquisite dai test A/B per capire quali contenuti fossero particolarmente apprezzati dalla propria audience.

“ Credo che il nostro successo su LinkedIn sia dovuto al fatto che utilizziamo la piattaforma nel modo giusto. Il nostro pubblico target va su LinkedIn per trovare informazioni utili per il proprio lavoro. In questa prospettiva, risponde positivamente quando offriamo contenuti di valore, informativi e molto attinenti alle proprie esigenze. Ora il nostro costo per lead su LinkedIn è l'85% più basso rispetto ai benchmark di settore. ”



Désirée Schildt | Head of Growth Payhawk

-85%

riduzione del costo per lead,
rispetto ai benchmark di settore

