

Obiettivo

- Capire il potenziale di LinkedIn come canale di marketing
- Aumentare le iscrizioni a determinati master e programmi, che sono stati presentati specificamente a audience di nicchia, tradizionalmente difficili da raggiungere per l'istituto

Soluzione

- SDA Bocconi, la sua media agency e LinkedIn Marketing Solutions hanno lavorato insieme per definire e perfezionare la strategia di targeting.
- È stato scelto un approccio di ottimizzazione continua di tipo “prova e impara”. Ad esempio, prima l'audience è stata indirizzata verso un modulo sul sito dell'istituto, quindi sono stati testati i moduli per l'acquisizione di contatti, che sono risultati più efficaci.
- SDA Bocconi ha monitorato il rendimento delle campagne, perfezionando continuamente la strategia grazie alle informazioni sull'efficacia degli annunci e ai dati demografici e comportamentali dell'audience.

“ LinkedIn è una piattaforma incentrata sui dati da cui possiamo trarre informazioni molto interessanti. Anche se stiamo ancora valutando il tasso di iscrizione dei lead, l'esperimento è già un successo perché stiamo arricchendo il nostro CRM con contatti di buona qualità nel segmento demografico giusto.”



Marco La Torre

Senior Channel Marketing Manager,
SDA Bocconi School of Management

Risultati

In due mesi, SDA Bocconi ha ottenuto un buon volume di lead di alta qualità con un costo per lead il 40% più basso rispetto al target; questo dato è stato confrontato con altri canali, e la qualità dei lead è stata confermata dal team di vendita dell'istituto.

