

Ottenere di più dai social media

Un'efficace strategia full-funnel con contenuti sponsorizzati e moduli per l'acquisizione di contatti aumenta il CTR del 34% e diminuisce il CPL del 96% per Refinitiv



Sede principale: Londra, Inghilterra | Dipendenti: 10.000+ | Settore: servizi finanziari



“I rapporti personali sono fondamentali nella cultura imprenditoriale asiatica e il 2020 è stato un anno di grandi cambiamenti sotto questo aspetto. Eventi senza precedenti hanno portato nuove sfide. I dati e le capacità tecniche di LinkedIn Marketing Solutions aiutano a superare questi problemi perché permettono di coinvolgere il cliente nello stesso modo personalizzato con contenuti rilevanti, per rinsaldare i rapporti esistenti e stabilirne di nuovi.”

Aubrey Lin
Social Marketing Lead - APAC, Refinitiv



Problema

Refinitiv è un gigante dei dati e delle infrastrutture per il mercato finanziario che lavora con più di 40.000 istituzioni in oltre 190 Paesi. Poiché Refinitiv usa la tecnologia per aiutare i clienti a eccellere sui mercati globali, l'azienda cercava un social media partner capace di usare nuove idee e capacità tecniche per offrire un'esperienza utente memorabile, così da aumentare la percentuale di clic (CTR) e migliorare le conversioni di vendita. L'obiettivo:

- Sfruttare i social media per **raggiungere audience B2B di qualità e coinvolgerle** in modo più completo, andando oltre la visibilità nelle prime fasi del funnel. Questo avrebbe portato a **lead più rilevanti e più conversioni di vendita** per l'azienda.
- Integrare in maniera efficace messaggio, targeting, tecnologia, dati ed esperienza utente.



Soluzione

Con LinkedIn, Refinitiv ha deciso di adottare pienamente una strategia digitale full-funnel e di attingere dal pubblico giusto usando una combinazione di contenuti, tecnologia e dati. Il team ha sfruttato varie funzionalità di LinkedIn per andare oltre la sola visibilità del brand e favorire la generazione di contatti e le vendite.

- **Contenuti sponsorizzati** per presentare contenuti di thought leadership a un pubblico più ampio e rilevante su LinkedIn
- **ABM e moduli per l'acquisizione di contatti** per mirare solo alle persone interessate



Risultati

Con un approccio incentrato sulla thought leadership, Refinitiv ha ottenuto quello che voleva: lead di qualità e conversioni migliori, con un riscontro concreto per il business.

- CTR il 34% più alto della media per una campagna di contenuti sponsorizzati utilizzando l'ABM.
- CTR salito dallo 0,47% allo 0,65% in una campagna, e dallo 0,82% all'1,19% in un'altra, utilizzando un'audience corrispondente.
- Rendimento superiore degli annunci in formato modulo con i moduli per l'acquisizione di contatti di LinkedIn: 0,98% di CTR (rispetto allo 0,62% senza moduli per l'acquisizione di contatti) e tasso di conversione del 12,1% (rispetto al 7,89%).
- Refinitiv ha anche integrato il modulo per l'acquisizione di contatti di LinkedIn con la sua piattaforma di marketing automation. Le informazioni di tracciamento provenienti da LinkedIn vengono acquisite dal sistema interno, permettendo al team di vendita di rispondere ai lead con il contesto giusto e in modo tempestivo.

10M+
impressioni nel 2019

0,67%
CTR medio delle campagne di contenuti sponsorizzati durante l'anno

96%
Riduzione del costo per lead con l'uso dei moduli per l'acquisizione di contatti

Come hanno fatto

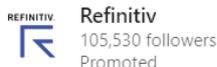
Refinitiv ha sfruttato aspetti strategici del messaggio, dell'audience e dell'esperienza utente.

- Il messaggio deve catturare l'attenzione e suscitare curiosità. Un test A/B per mettere a confronto il formato video e quello con una sola immagine ha permesso di perfezionare la strategia e ottenere un CTR superiore.

- Un'audience mirata è fondamentale per il successo. Poiché LinkedIn permette di combinare i criteri di targeting in modo flessibile, Refinitiv ha potuto filtrare i destinatari del messaggio per mirare esattamente al pubblico di riferimento. Il team ha anche usato le audience corrispondenti per riproporre il messaggio al segmento posizionato a metà del funnel di marketing.
- Un'esperienza utente ottimale favorisce la conversione in lead. Refinitiv ha sfruttato i moduli per l'acquisizione di contatti di LinkedIn per ottenere la giusta quantità di informazioni dai potenziali buyer.

Impatto complessivo

- Sfruttando la potenza delle audience corrispondenti, Refinitiv ha potuto attrarre sul suo sito Web un flusso di traffico in costante crescita.
- Grazie alla combinazione flessibile di criteri di targeting, la campagna ABM di Refinitiv ha potuto presentare un messaggio altamente personalizzato.
- I moduli per l'acquisizione di contatti di LinkedIn hanno dato risultati eccellenti. Refinitiv ha acquisito i dati di potenziali buyer con la giusta mentalità, senza bisogno di creare un lungo modulo personalizzato.



As the world faces the new realities of the COVID-19 pandemic, Refinitiv is committed to helping you serve your clients during this time of heightened market volatility. Request your complimentary access to Refinitiv Workspace today.

Refinitiv Workspace [Apply Now](#)

Request 60-day complimentary access [Ap](#)



“Il mercato finanziario globale in cui opera Refinitiv ha ritmi serrati, perciò ci serve un canale affidabile e innovativo per far crescere il nostro business e ottenere lead di qualità. LinkedIn Marketing Solutions offre le funzionalità di cui abbiamo bisogno ed è una delle nostre piattaforme di riferimento per raggiungere e coinvolgere i clienti, orientandoli verso la nostra offerta di dati, soluzioni e tecnologie. A rendere unica questa piattaforma è la possibilità di presentare con estrema precisione i nostri dati e contenuti a specifici sottosegmenti e comunità nel mondo e in APAC.”

Kelvin Lee

Global Director of Social Media Experience