

Misurare l'efficacia dell'acquisizione di contatti all'interno e all'esterno di LinkedIn



Sede centrale: Colonia, Germania | N. di dipendenti: 201 - 500 | Settore: Informatica e servizi IT

La sfida

- Provare l'efficacia di LinkedIn come piattaforma per l'acquisizione di contatti
- Far conoscere il prodotto all'audience target e portarla alla conversione come Marketing Qualified Lead (MQL)
- Supportare i commerciali interni trasformando gli MQL in Sales Qualified Lead (SQL) e Sales Accepted Lead (SAL)

La soluzione

- Integrazione di Gestione campagne con i sistemi CRM e di marketing automation per un flusso di dati continuo
- Implementazione di un sistema di valutazione dei lead e di un programma di coltivazione dei lead per monitorare il loro percorso
- Campagne di marketing full-funnel su LinkedIn: campagne top-funnel per consapevolezza/formazione e campagne mid/bottom-funnel con risorse pratiche come la verifica della sicurezza informatica per attrarre lead
- Campagne di marketing basate sugli account (ABM) su LinkedIn per audience specifiche di settore

“ In nove mesi, siamo riusciti a dimostrare all'azienda che su LinkedIn stavano raggiungendo le persone giuste, acquisendo più contatti e mantenendo un costo per lead ragionevole.”



Felix Jung
Performance Marketing Manager, SoSafe

La popolarità che stiamo acquisendo su LinkedIn ci mette in una posizione forte per il prossimo anno, quando inizieremo a guardare oltre la regione DACH e a fare marketing su LinkedIn a livello internazionale.”



Patrik Thies
Senior Online Marketing Manager, SoSafe

