

Le sfide

- Supportare gli ambiziosi piani di crescita dell'azienda generando una pipeline di lead di alta qualità e molto interessati, nonché richieste di demo
- Creare campagne di marketing efficaci e localizzate in sempre più mercati nuovi e internazionali, dove i requisiti normativi, la cultura lavorativa e la mentalità possono variare enormemente

La soluzione

- - Avendo registrato risultati mediocri con le campagne per l'acquisizione di contatti su LinkedIn, il team di marketing di WorkMotion ha iniziato a lavorare a stretto contatto con LinkedIn Marketing Solutions per sviluppare un approccio full-funnel strutturato.
- - Ha iniziato a monitorare le metriche relative al coinvolgimento a ogni livello del funnel, invece di misurare soltanto i risultati bottom-of-funnel come il costo per lead. Questo nuovo approccio ha aiutato il team a stabilire quali contenuti fossero più appropriati in base al punto del percorso in cui si trovavano i potenziali clienti interessati, in modo da coinvolgerli e portarli alla conversione.

“ Operando a livello internazionale, sappiamo che la nostra audience di professionisti delle risorse umane deve conformarsi a norme in materia di impiego specifiche per paese e cultura lavorativa. Per creare contenuti localizzati che risultino utili per loro, abbiamo ascoltato attentamente il feedback del nostro team di vendita e dei nostri potenziali clienti. Trasferiamo tutto questo potenziale su LinkedIn, usando le funzionalità di targeting e la suite di formati di annunci della piattaforma per accompagnare le nostre audience dalla fase di consapevolezza a quella di considerazione, fino alla conversione. Riteniamo che questa strategia funzioni molto meglio del nostro precedente approccio incentrato esclusivamente sull'acquisizione di contatti. ”



Jimena Mondragon
Head of Marketing
WorkMotion

