

Come Census ha ottenuto un 10x DI CRESCITA DELLA PIPELINE CON IL TEAM LINKEDIN PER LE STARTUP



Località:
San Francisco

N. di dipendenti:
100

Settore:
Sviluppo di software

Census è una piattaforma leader di attivazione dei dati, gestita da Reverse ETL. Il prodotto trasforma il data warehouse in un hub per il marketing e le operazioni aziendali, consentendo ai team di intraprendere azioni sulla base di dati affidabili. Quando il team di marketing di Census ha dovuto generare una pipeline e assicurarsi delle demo con il proprio profilo cliente ideale (ICP), la partnership con il team di LinkedIn per le startup ha permesso di sviluppare una strategia che ha incrementato la pipeline in maniera astronomica.



“ Dal terzo al quarto trimestre, abbiamo registrato un aumento della pipeline di oltre il 1000%. È incredibile! Non ho mai visto risultati del genere nella mia ultradecennale carriera nel marketing. ”

Nathan Corliss
Performance Marketing Manager presso Census

L'obiettivo

RAGGIUNGERE L'AUDIENCE GIUSTA

- Il team marketing di Census si è rivolto al team di LinkedIn con un obiettivo chiaro: avere prenotazioni di demo di alta qualità da parte di potenziali clienti in linea con il suo ICP. In questo caso si trattava di decision maker presso aziende devote al data warehouse in grado di influenzare un cambiamento a livello di dati, operazioni di ricavo e marketing.
- Census conosceva il proprio ICP, ma data la sua specificità e la sua natura, era difficile raggiungere e convertire l'audience corrispondente. Aveva bisogno di risorse e indicazioni dagli esperti del team di LinkedIn.

L'approccio

DEFINIRE LA STRATEGIA

- Il team di LinkedIn per le startup ha lavorato con Census per farsi un'idea chiara dei suoi obiettivi e sviluppare una road map strategica per raggiungerli. Il processo è iniziato con una conversazione per identificare le audience specifiche e le metriche del rendimento che l'azienda voleva raggiungere.
- Da lì, il team di LinkedIn ha elaborato un piano completo per aiutare Census a raggiungere i suoi obiettivi. La nuova strategia era incentrata su aree chiave: audience e targeting, contenuti e messaggi, prodotti pubblicitari e struttura generale della campagna.
- Il team marketing di Census ha potuto così definire e perfezionare una audience di alta qualità, creare contenuti pertinenti e sviluppare messaggi adeguati, oltre a comprendere chiaramente la road map dei test A/B per tanti mesi a venire.

“ Ci è stato offerto molto più di un servizio di assistenza: il team di LinkedIn per le startup ci ha dedicato un partner che ha lavorato con noi in veste di consulente, aiutandoci concretamente a identificare e chiarire gli obiettivi aziendali. ”

Nathan Corliss
Performance Marketing Manager presso Census

I fattori di successo

UNA STRATEGIA BASATA SULL'ASSISTENZA

- La partnership tra Census e LinkedIn è andata oltre lo sviluppo della strategia iniziale. I due team si sono incontrati regolarmente per verificare che le campagne stessero raggiungendo il loro massimo potenziale. Durante questi meeting, hanno esaminato i dati di backend per identificare le aree in cui accelerare la crescita e generare efficienza in base delle informazioni sulla pipeline e ai risultati di vendita.
- Corliss attribuisce il successo di Census a questa collaborazione continuativa. “La cosa più importante è che dopo il lancio, non abbiamo mollato tutto lì.” Gli insegnamenti tratti dall’analisi dei dati di backend hanno permesso a Census e al team di LinkedIn per le startup di implementare alcune ottimizzazioni basate sul ROI, usando le informazioni su audience e targeting, oltre a quelle relative a contenuti e messaggi.
- I team di Census e LinkedIn hanno lavorato a stretto contatto per perseguire insieme obiettivi condivisi. “Il team di LinkedIn non ha avuto paura di dire che ‘abbastanza non è abbastanza’. Ci ha realmente guidato fino al punto in cui abbiamo iniziato a generare contatti di altissima qualità” racconta Corliss.

ITERARE E SCALARE

- Gli incontri regolari hanno consentito un perfezionamento continuo che ha portato le campagne di Census a un nuovo livello di efficienza ed efficacia.
- La revisione settimanale della qualità dei lead da parte del team di Census ha contribuito a perfezionare il targeting e a migliorare i risultati delle campagne. “Lavorando con il team di LinkedIn per le startup, la qualità dei nostri lead migliora di mese in mese. Eliminiamo chi non rientra nel nostro pubblico target ed espandiamo la nostra audience includendo un numero ancora maggiore di persone che trarranno vantaggio dal nostro prodotto.”
- Oltre a migliorare la qualità dei lead, Census e il team di LinkedIn per le startup hanno anche esaminato i dati in modo coerente, analizzando l’impatto del down-funnel in base al formato degli annunci di contenuto, nonché i trend demografici e aziendali basati sugli attributi di targeting più performanti, sui tassi di conversione e sull’entità degli affari. Questi trend hanno permesso a Census di affinare la propria strategia e modificare il budget in modo da avere il massimo impatto sulla pipeline.

I risultati

CRESCITA DELLA PIPELINE SENZA PRECEDENTI

Con verifiche e aggiustamenti regolari, il team di Census ha ottenuto risultati di gran lunga superiori alle aspettative.

3x

Aumento dei lead su base semestrale

4x

Aumento degli affari su base semestrale

10x

Incremento della pipeline su base trimestrale

4,4x

Aumento del ROI su base trimestrale

“
Il team di LinkedIn per le startup sembrava un’estensione del nostro team di marketing interno. Ha preso a cuore la qualità dei lead e i risultati proprio quanto noi, se non di più. ”

Nathan Corliss

Performance Marketing Manager presso Census

Visita l’[hub LinkedIn Marketing for Startups](#) per trovare altre risorse che possono aiutare la tua azienda a crescere più velocemente

LinkedIn Ads