



Vanuit Italië de wereld in: internationale marketing op LinkedIn

Doelstellingen

- Een initiatief van het Italian Trade Agency (ITA) en het Ministerie van buitenlandse zaken en internationale samenwerking (MAECI) om Made in Italy te promoten via de Be IT-campagne en Italië op de kaart te zetten als beste keuze voor investeerders en kopers op 26 prioritaire internationale markten.
- De positionering van het land als merk versterken, de bekendheid vergroten en kwalitatieve leads genereren binnen hun doelgroep.

Oplossingen

- Een always-on strategie op LinkedIn met maandelijkse campagnes die per branche rouleren.
- Verhalen en advertenties, op maat gemaakt voor elke campagne, met aangepaste segmenttargeting om te garanderen dat het bereik relevant is en blijft.
- Gesponsorde content om de aandacht van de top en het midden van de funnel te trekken, gevolgd door retargeting van warme doelgroepen met berichtadvertenties en leadformulieren om meer conversies binnen te halen.

Resultaten

72%

Openingsfrequentie-
piek berichtadvertentie

2300+

kwalitatieve leads

- **LinkedIn was een van onze favoriete platforms voor de wereldwijde promotie van #MadeInItaly. Het is algemeen bekend dat LinkedIn-gebruikers tot doelgroepen van hoge kwaliteit behoren. Maar daarnaast passen de innovatieve advertentievormen van het platform, zoals berichtadvertenties en leadformulieren, perfect bij ons verhaal en onze marketingstrategie. Het LinkedIn Marketing Solutions-team was ook zeer behulpzaam en leerde ons het platform beter te begrijpen, zodat we er uitstekende resultaten mee konden behalen.'**



Giovanni Rodia

Institutional and Public Affairs & Communication Director
Italian Trade Agency

