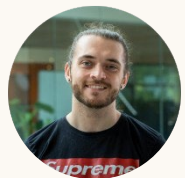


Meer winst door het balanceren van brand en demand op LinkedIn

STUDYTUBE

Hoofdkantoor: Amsterdam, Nederland | Aantal medewerkers: 201 – 500 | Branche: Softwareontwikkeling

! Een full-funnel marketingstrategie is essentieel voor een duurzame groei van het bedrijf. Veel B2B-kopers zijn op dit moment niet klaar om te kopen. Ongeveer 25% van ons budget is bestemd voor de merkstrategie als investering in de toekomstige pipeline en 75% gaat naar de activering van de vraag. Omdat onze top-funnel de bottom-funnel voedt, hoeven we ons geen zorgen te maken over ongevolle pipelines. Deze balans is de sleutel tot ons succes op LinkedIn.



Casper Leijen
Growth Manager, Studytube

Uitdagingen

- Doorlopend het aantal kwaliteitsleads uit een goed gedefinieerde doelgroep groot houden.
- De marketingbenadering optimaliseren na een piek en plateau van leadgeneratie.

Oplossingen

- Nieuwe doelgroepen vastgesteld en meer leden van het aankoopteam betrokken.
- Hun full-funnel-strategie verfijnd met meer investering in top-funnel.
- Gekozen voor een multi-advertentieformat met tekstadvertenties boven aan de funnel voor een optimale advertentiefrequentie die toch binnen budget blijft.
- Afwisselend zes variaties per advertentie laten zien om te zorgen dat deze interessant blijft, meer veilingen winnen en meer weergaven behalen.

Resultaten

