

Content, connecties en community

Hoe de grote Italiaanse kredietverstrekker voor consumenten een digitale community opbouwde als reactie op de pandemie en nu vooruit kijkt.



Agospartner

Locatie:
Milaan, Italië

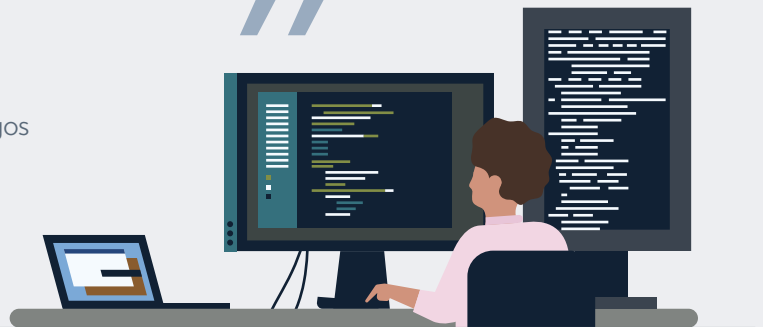
Aantal medewerkers:
1001 - 5000

Branche:
Financiële diensten

“ We hebben Agos Partner opgezet om het menselijke contact dat door de pandemie was weggefallen, weer te herstellen. Ons doel was om onze partner betrokken te houden, ons merk te versterken en dicht bij de markt te blijven. De meeste B2B-professionals zijn op LinkedIn te vinden, dus het was logisch om onze digitale community daar op te zetten. ”



Alessio Cacciatori
Hoofd Trade Marketing, Agos



Het merk

Agos is een grote kredietverstrekker voor consumenten in Italië. Het bedrijf verstrekt kredieten aan zowel consumenten als bedrijven en biedt financiële oplossingen voor consumenten via een groot netwerk van filialen en partnerbedrijven. Dit omvat (vaak exclusieve) overeenkomsten met meer dan 20.000 verkooppunten en belangrijke commerciële merken zoals IKEA en Mondo Convenienza in de meubelbranche, Unieuro op het gebied van consumentenelektronica en Suzuki, Honda en Piaggio in de auto-industrie.

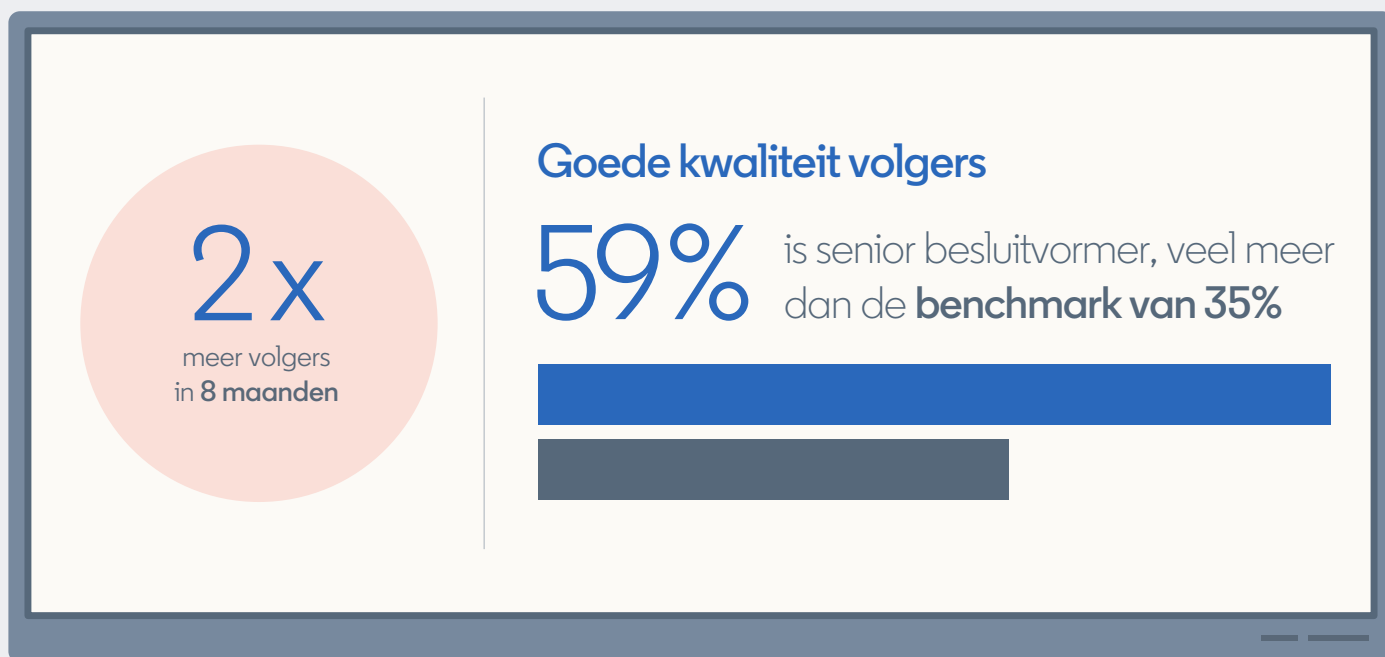
Het verkoopsteam benaderde deze partnerbedrijven gewoonlijk via persoonlijke, face-to-face ontmoetingen. Toen dit niet meer mogelijk was door corona, heeft het bedrijf razendsnel Agos Partner opgezet, een digitaal, contentgericht kanaal voor B2B-communicatie.

Volle kracht vooruit met digitalisering

In maart 2020 lanceerde Agos een speciale Agos Partner-website, de centrale plek voor hun content, en een LinkedIn-showcasepagina om content te delen en interactie met de community te hebben. De showcasepagina van Agos Partner is de eerste in de Italiaanse kredietmarkt voor consumenten die zich richt op de B2B-sectoren auto's, detailhandel en meubels.

Het eerste actiepunt was het opbouwen van de Agos Partner-community. Alessio Cacciatori, hoofd Trade Marketing, en zijn team hadden een duidelijke doelgroep in gedachten, gebaseerd op branche en senioriteitsniveau. Samen met LinkedIn Marketing Solutions ontwikkelden ze een digitale marketingstrategie waarin zowel organische als betaalde media een plek hadden op het platform. Hun doel was 4000 volgers voor Agos Partner in december 2021. Dit bereikten ze al veel sneller: in augustus 2021 hadden ze het aantal volgers al verdubbeld.

De resultaten



Op basis van de demografische gegevens van volgers in juli 2021



Een coherente digitale strategie ontwikkelen

Voordat het bedrijf met Agos Partner begon, hadden ze geen digitaal contactpunt voor B2B-communicatie.

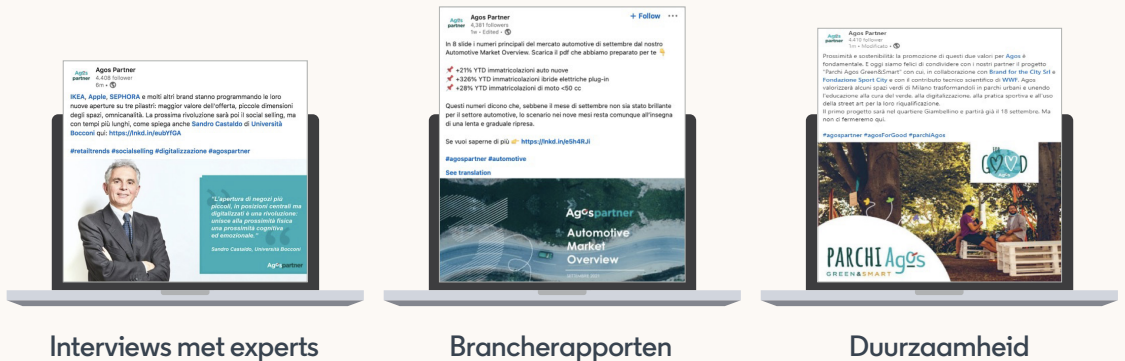
Nu is het kanaal een belangrijk digitaal onderdeel dat het merk Agos ondersteunt en hun positie als marktleider versterkt. Dit was mogelijk doordat Agos razendsnel een coherente digitale strategie kon opzetten met behulp van LinkedIn Marketing Solutions en alle betrokken interne stakeholders, vooral hun B2B-salesnetwerk.

Drie elementen vallen op in hun strategie:



1 Waarde bieden door middel van content

Agos Partner richt zich op het delen van relevante, interessante inzichten voor de community op het juiste moment. Hiervoor gebruiken ze trendanalyses in de branche, onderzoeksrapporten, casestudy's en interviews om de aandacht te trekken en vast te houden. Maar dat is nog niet alles. Agos Partner heeft een eigen dataplatform ontwikkeld voor de auto-industrie, Automotive Market Overview, dat via LinkedIn wordt gepromoot. Al deze waardevolle content wordt in een combinatie van afbeeldingen, video's, artikelen en documenten gedeeld.



2 Inzetten op een always on-aanpak

Het Agos Partner-tradeteam houdt een redactionele kalender bij waarin hun contentplan en publicatieschema staat. Zo krijgen volgers consistent nieuwe content te zien. Om een breder publiek te bereiken en nieuwe volgers te krijgen, worden goedpresterende organische berichten omgezet in gesponsorde content op het platform. Voorbeelden van de belangrijkste content van Agos Partner worden in de e-nieuwsbrief van het bedrijf gezet om meer verkeer naar de LinkedIn-showcasepagina te trekken.



3 Altijd blijven testen, leren en optimaliseren

Hoewel het erop lijkt dat Agos Partner een succesvolle marketingstrategie heeft ontwikkeld, wijst Alessio erop dat ze hun strategie continu in de gaten houden, meten en aanpassen, met ondersteuning van LinkedIn Marketing Solutions. Dit omvat het testen van verschillende targetingcombinaties om de juiste doelgroep te bereiken en het aanpassen van hun bod en budget om hun uitgaven gaandeweg te optimaliseren.

Met Agos Partner de toekomst in

Hoewel Agos Partner eigenlijk het resultaat was van een snelle reactie op de pandemie, is het zo succesvol gebleken dat het een permanente plek heeft gekregen in de marketingstrategie van het bedrijf.

“ We krijgen hele goede feedback van onze salesprofessionals. Ze maken nieuwe connecties in de Agos Partner-community en gebruiken de content als basis voor hun salesgesprekken. Zo is onze boodschap op elk contactpunt consistent. ”



Alessio Cacciatori

Hoofd Trade Marketing, Agos

Daarom is Agos vastbesloten om deze digitale aanpak op LinkedIn verder te zetten, nieuwe manieren te ontdekken om de community uit te breiden en samen te werken met hun partners volgens hun strategie '100% digitaal, 100% menselijk'.

