

H&M Group voert een duurzame merkstrategie uit op LinkedIn

Hoofdkantoor: Stockholm, Zweden | Aantal medewerkers: 150.000+ | Branche: Detailhandel

Doelstellingen

- Bekendheid genereren voor de holdingmaatschappij H&M Group, die is opgericht tijdens een reorganisatie van het bedrijf
- Een actieve professionele community op LinkedIn opzetten over belangrijke grote thema's zoals technologie en duurzaamheid

Oplossing

- Een deels organische, deels betaalde marketingstrategie op LinkedIn
- Uitgebreide A/B-testen voor de betaalde marketingcampagnes om inzicht te krijgen in doelgroepen en op welke content ze het beste reageren
- Gesponsorde videoadvertenties om hun verhaal ook visueel te vertellen
- Nauw samenwerken met het team van LinkedIn Marketing Solutions om de doelgroeptargeting te verfijnen, verder te kijken dan hun eigen branche en locatie en naar andere professionele kenmerken, zoals vaardigheden en interesses, te kijken

” We wilden een positieve merkperceptie stimuleren en vertrouwen opbouwen in wie we zijn en waar we voor staan. Dat kun je niet met een eenmalige investering bereiken. Het is belangrijk om altijd je strategie toe te passen en in gesprek te blijven met collega's, klanten en gemeenschappen. Dat kan via LinkedIn, op een interactieve en schaalbare manier. “



Miriam Tappert | Projektmanagerin, People & Organisational Development, H&M-Gruppe

Resultaten

Binnen zes maanden bereikte H&M Group het volgende met hun campagne voor merkbekendheid gericht op duurzaamheid op LinkedIn:

