

Doelstellingen

- De mogelijkheden van LinkedIn als marketingkanaal begrijpen.
- Meer aanmeldingen krijgen voor twee van hun master- en managementopleidingen. De opleidingen werden specifiek voor het voetlicht gebracht bij niche-doelgroepen die voorheen altijd lastig te bereiken waren voor de business school.

Oplossingen

- SDA Bocconi, hun mediabureau en LinkedIn Marketingoplossingen werkten nauw samen om de targetingstrategie te definiëren en verfijnen.
- Prioriteit geven aan verdere campagneoptimalisatie en een mindset van 'testen en leren'. Er is bijvoorbeeld getest op het bewegen van doelgroepen in de richting van een formulier op hun website versus Leadformulieren. Het laatste bleek effectiever.
- Gegevens over campagneprestaties werden nauwgezet bijgehouden. Dit leverde inzichten op in advertentieprestaties, demografie van de doelgroep en gedrag. Hiermee kon de strategie voortdurend worden aangepast.

“ LinkedIn is een gegevensgestuurd platform en de inzichten die we uit het platform kunnen halen zijn heel interessant. We bekijken nog steeds hoeveel leads daadwerkelijk leiden tot aanmelding, maar we hebben al veel succes geboekt. We weten nu dat we kwalitatief goede contacten met het juiste demografische profiel aan ons CRM-systeem kunnen toevoegen.”



Marco La Torre

Senior Channel Marketing Manager,
SDA Bocconi School of Management

Resultaten

In twee maanden heeft SDA Bocconi een omvangrijk aantal leads van hoge kwaliteit benadert met kosten per lead die 40% lager waren dan beoogd (gebaseerd op andere kanalen). Kwaliteit van leads werd beoordeeld door het salesteam.

