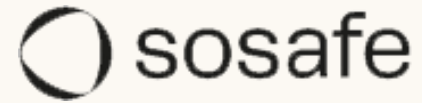


Succes meten van het genereren van leads op LinkedIn en daarbuiten



Hoofdkantoor: Keulen, Duitsland | Aantal medewerkers: 201 – 500 | Branche: Informatietechnologie en -services

Uitdaging

- De effectiviteit laten zien van LinkedIn als platform voor het genereren van leads
- Zorgen voor meer productbekendheid onder de doelgroep en deze leads omzetten in Gekwalificeerde marketinglead (MQL)
- Sales ondersteunen bij het omzetten van MQL's in Gekwalificeerde salesleads (SQL's) en Geaccepteerde salesleads (SAL's)

Oplossingen

- Campagnebeheer geïntegreerd met marketingautomatisering en CRM voor een naadloze gegevensstroom
- Een methodologie geïmplementeerd voor het scoren van leads en een programma voor lead nurture om de lead journey te volgen
- Full funnel-marketingcampagnes gehouden op LinkedIn om leads te vinden: top funnel-programma's voor bekendheid/informer en mid/bottom funnel-campagnes met praktische hulpbronnen zoals cyberbeveiligingscontrole
- Op accounts gebaseerde marketingcampagnes (ABM) gehouden op LinkedIn voor branchespecifieke doelgroepen

“ Binnen negen maanden was duidelijk dat we op LinkedIn de juiste mensen bereiken, meer leads vinden en de kosten per lead schappelijk houden.”



Felix Jung
Performance Marketing Manager, SoSafe

"De aandacht die we opbouwen op LinkedIn zorgt voor een sterke positie voor ons voor het komende jaar. We willen verder kijken dan DACH en gaan LinkedIn gebruiken voor internationale marketing."



Patrik Thies
Senior Online Marketing Manager, SoSafe

