

Slim gebruik maken van sociale media

Effectieve full funnel-strategie met gesponsorde content en leadformulieren bracht Refinitiv een 34% hogere CTR en 96% lagere kosten per lead

REFINITIV 

Hoofdkantoor: Londen, Engeland | Aantal werknemers: 10.000+ | Branche: Financiële diensten



“Persoonlijke relaties spelen een belangrijke rol in de Aziatische zakencultuur. In 2020 gaat deze evolutie door. Door unieke gebeurtenissen zijn er echter nieuwe uitdagingen bijgekomen. De gegevens en technische mogelijkheden van LinkedIn Marketing Solutions bieden klantinteractie op maat, met zinvolle content. Zo kunnen bestaande connecties worden versterkt, nieuwe relaties worden aangegaan en uitdagingen worden opgelost.”

Aubrey Lin

Social Marketing Lead - APAC, Refinitiv



Uitdaging

Refinitiv is een gigant op het gebied van financiële marktgegevens en infrastructuur en bedient meer dan 40.000 instellingen in meer dan 190 landen. Refinitiv zet technologie in om klanten te helpen uit te blinken op wereldwijde markten. Daarom zochten zij een sociale mediapartner die nieuwe ideeën en technische mogelijkheden gebruikt om een gedenkwaardige gebruikerservaring te bieden. Dat zou leiden tot een hogere click-through rate (CTR) en een betere verkoopconversie. Dit was het doel:

- Gebruik maken van sociale media om **een kwalitatief B2B-publiek te bereiken en te zorgen voor interactie** op meer manieren dan enkel bovenaan de funnel. Dit zou moeten leiden tot **naauwkeurige lead- en salesconversie** voor het bedrijf
- Op een juiste manier berichten, targeting, technologie, gegevens en gebruikerservaring integreren



Oplossing

Samen met LinkedIn besloot Refinitiv een full funnel-, all-in digitale strategie te omarmen en het juiste publiek te bereiken met behulp van een combinatie van content, technologie en data. Ze maakten gebruik van meerdere LinkedIn-functies om meer te bereiken dan alleen naamsbekendheid. Zij wilden daarnaast leadgeneratie en sales stimuleren.

- **Gesponsorde content** om berichten over opinieleiderschap naar bredere en relevantere doelgroepen te brengen op LinkedIn
- **ABM en leadformulieren** om alleen geïnteresseerde prospects te targeten



Resultaten

Met een aanpak waarbij zij opinieleiderschap voorop stelden, bereikte Refinitiv hun doel: waardevolle leads, betere conversies en meer zakelijke impact.

- 34% hogere CTR dan gemiddeld voor een gesponsorde contentcampagne met ABM.
- Het verhogen van de CTR van 0,47% naar 0,65% in één campagne en van 0,82% naar 1,19% in een andere, door Matched Audience te gebruiken.
- Superieure prestaties van carouseladvertenties met behulp van LinkedIn-leadformulieren: 0,98% CTR (tegenover 0,62% zonder leadformulieren) en een conversiepercentage van 12,1% (in tegenstelling tot 7,89% zonder leadformulieren).
- Refinitiv integreerde ook het LinkedIn-leadformulier met hun eigen marketing automation-platform. De trackinginformatie die naadloos van LinkedIn naar het interne systeem wordt doorgestuurd stelt het verkoopteam in staat om tijdig en met de juiste context te reageren op leads.

10M+
impressies in 2019

0,67%
gemiddeld CTR via
gesponsorde
contentcampagnes
doorheen het jaar

96%
minder kosten per lead bij
gebruik van leadformulieren

Hoe zij het hebben gedaan

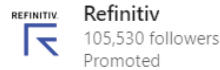
Refinitiv gebruikte belangrijke aspecten van berichten sturen, doelgroepen en gebruikerservaring.

- Berichten om de aandacht van de potentiële koper te trekken en nieuwsgierigheid op te wekken. Door afwisselend video's en afbeeldingen te testen konden zij hun advertenties optimaal laten opvallen en zorgen voor een hogere CTR.

- Doelgroepen zijn de sleutel tot succes. Met LinkedIn's flexibele combinatie van doelgroepcriteria kon Refinitiv de ontvangers van het bericht filteren tot hun precieze doelgroep. Ze maakten ook gebruik van Matched Audience om zich opnieuw te richten op doelgroepen die zich in het midden van de marketingfunnel bevinden.
- Goede gebruikerservaring voor een betere kans om doelgroepen om te zetten in leads. Refinitiv gebruikte LinkedIn's leadformulieren om hen te helpen de juiste hoeveelheid informatie van potentiële kopers te krijgen.

Algemene impact

- Dankzij de kracht van Matched Audience leidde Refinitiv steeds meer verkeer naar haar website.
- Door de flexibele combinatie van targetingcriteria was de ABM-campagne van Refinitiv in staat om berichten op maat te realiseren.
- LinkedIn-leadformulieren maakten uitstekende resultaten mogelijk. Refinitiv kon potentiële kopers opsporen die klaar waren om de volgende stap te zetten en bespaarde zichzelf de moeite een eigen ingewikkeld contactformulier op te stellen.



As the world faces the new realities of the COVID-19 pandemic, Refinitiv is committed to helping you serve your clients during this time of heightened market volatility. Request your complimentary access to Refinitiv Workspace today.



“In de snelle wereldwijde financiële markt waarin Refinitiv werkzaam is, hebben we een betrouwbaar en innovatief kanaal nodig om zakelijk te groeien en kwalitatieve leads te genereren. LinkedIn Marketing Solutions kan dit allemaal en is een van de belangrijkste platforms voor het bereiken, betrekken en verleiden van onze klanten om gebruik te maken van de betrouwbare data, oplossingen en technologie van Refinitiv. De mogelijkheid om subsegmenten en gemeenschappen wereldwijd en binnen APAC te micro-targeten met onze toonaangevende datasets en content, maakt het platform uniek.”

Kelvin Lee

Algemeen directeur sociale media-ervaringen