

Como aproveitar retornos de um marketing always-on localizado

Sede: Århus C, Dinamarca | Nº de funcionários: 51–200 | Setor: Desenvolvimento de software

Objetivos

Geração econômica de leads de qualidade nas seguintes localidades: Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, América Latina, Região dos países de língua alemã (DACH), França e Dinamarca.

Solução

Marketing localizado

Para fazer um teste, a LMS365 exibiu conteúdo em inglês e dinamarquês para um público dinamarquês e observou que a versão localizada gerou uma taxa de conclusão de formulários de geração de leads 2 vezes maior. Aproveitando o insight, a LMS365 passou a localizar todos os conteúdos voltados a mercados cuja população não seja falante nativa da língua inglesa.

Marketing always-on

A LMS365 criou uma configuração always-on de funil de conversão contendo variações de cada conteúdo para realizar metodicamente testes divididos do desempenho do conteúdo do e-book da empresa — o que resultou em mais leads, aumento da taxa de conclusão dos formulários de geração de leads e redução do custo por lead.

Estratégia de lances

Para maximizar o orçamento, a No Zebra (agência de marketing da LMS365) utiliza uma estratégia de lances manuais no LinkedIn, que começa com um lance maior para garantir impressões e o ajusta continuamente para encontrar o valor de lance perfeito, levando em consideração os custos e a qualidade dos leads.

Resultados

74%

dos MQLs gerados por meio de marketing always-on

Aumento de 2,5x

na conclusão dos formulários de geração de leads em comparação com dados de referência da plataforma

“ O LinkedIn gerou resultados incríveis como nosso canal exclusivo de geração de leads em termos de MQLs. Com o apoio da nossa agência digital, a No Zebra, e das Soluções de Marketing do LinkedIn, queremos avançar para a geração de leads qualificados de vendas (SQLs) diretamente no LinkedIn. Estamos implementando uma abordagem de funil de conversão e planejando um grande impulsionamento da marca para continuarmos crescendo e nos tornarmos excepcionais. ”



Mette Olesen
Diretora de Marketing
LMS365