

Conteúdo, conexões e comunidade

Como a empresa líder em crédito ao consumidor na Itália criou uma comunidade digital próspera em resposta à pandemia e está se preparando para o futuro



Agospartner

Localidade:
Milão, Itália

Nº de funcionários:
1.001 a 5.000

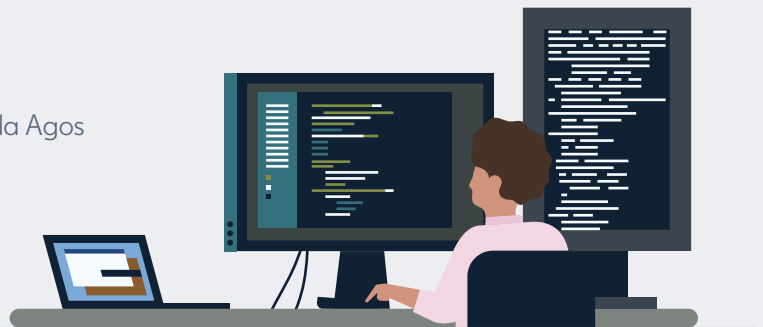
Setor:
Serviços financeiros

“

"Criamos a Agos Partner para trazer de volta o contato humano que foi perdido devido à pandemia. Nosso objetivo é manter nossos parceiros engajados, reforçar nossa marca e nos aproximar do mercado. Como o LinkedIn é o ponto de encontro natural dos profissionais B2B, faz sentido desenvolver nossa comunidade digital nessa plataforma.



Alessio Cacciatori
Líder de Trade Marketing da Agos



A marca

Agos é uma empresa líder na área de empréstimos ao consumidor na Itália. Operando com os modelos B2C e B2B2C, ela oferece soluções financeiras aos consumidores através de uma ampla rede de agências e empresas parceiras. Isso inclui acordos, muitas vezes exclusivos, com mais de 20.000 pontos de venda e marcas comerciais importantes como, IKEA e Mondo Convenienza no setor mobiliário doméstico, Unieuro na área de eletrônicos de consumo, bem como Suzuki, Honda e Piaggio na indústria automotiva.

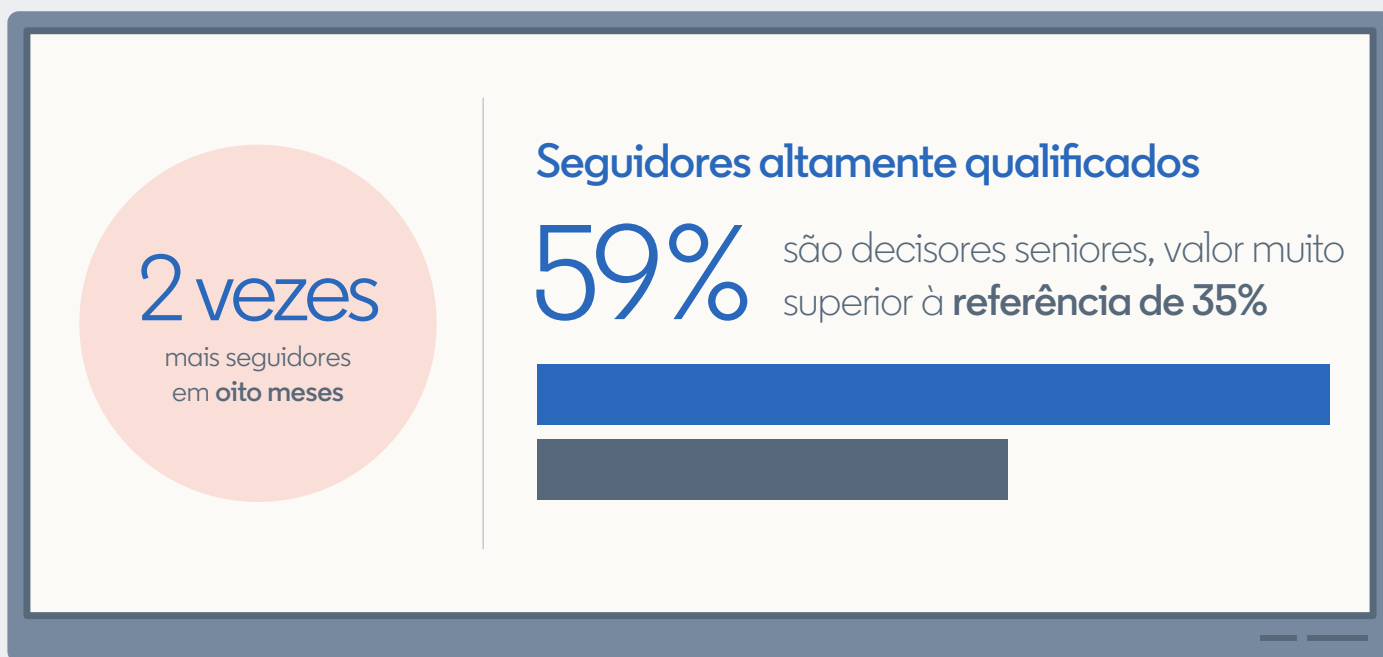
Tradicionalmente, a equipe de vendas da empresa interagia com essas empresas parceiras pessoalmente, em reuniões presenciais. Quando a pandemia da COVID-19 impossibilitou esse contato, a empresa respondeu rapidamente com a criação da Agos Partner: um canal de comunicação B2B digital com foco no conteúdo.

Digitalização em ritmo acelerado

Em março de 2020, a Agos lançou um site dedicado para a Agos Partner, que serve como sua principal central de conteúdo, além de uma Showcase Page do LinkedIn para compartilhar conteúdo e engajar sua comunidade. A Showcase Page da Agos Partner é a primeira no mercado italiano de crédito ao consumidor dedicada aos setores automotivo, de varejo e de móveis B2B.

O primeiro passo foi criar a comunidade da Agos Partner. Com um público-alvo claro definido pelo setor e pelo nível de experiência, Alessio Cacciatori, Líder de marketing comercial, e sua equipe trabalharam com as Soluções de Marketing do LinkedIn para desenvolver uma estratégia de marketing digital que combinasse oportunidades de mídia orgânica e paga na plataforma. A meta era adquirir 4.000 seguidores para a Agos Partner até dezembro de 2021. Eles conseguiram isso em dois terços do tempo, dobrando o número de seguidores em agosto de 2021.

Os resultados



Com base nos dados demográficos dos seguidores em julho de 2021



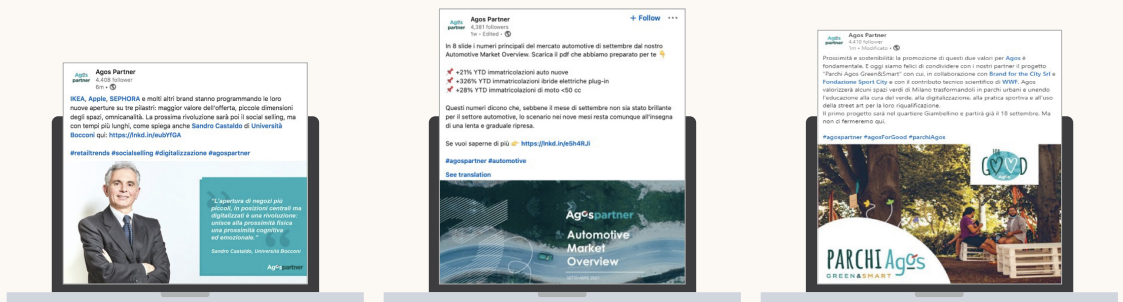
Desenvolvimento de uma estratégia digital coerente

Antes da Agos Partner, a empresa não tinha um ponto de contato digital direto para comunicações B2B. Agora, o canal se tornou um recurso digital fundamental que serve de apoio à marca Agos e reforça seu posicionamento como líder de mercado. Isso foi possível porque a Agos desenvolveu rapidamente uma estratégia digital coesa com o apoio das Soluções de Marketing do LinkedIn e com a colaboração de todos os stakeholders internos, principalmente sua rede de vendas B2B. Três elementos da estratégia se destacam:



1 Agregação de valor por meio do conteúdo

A Agos Partner se concentra em compartilhar insights relevantes e atuais que sejam do interesse de sua comunidade, usando análises de tendências do setor, relatórios de pesquisas, estudos de caso e entrevistas para atrair e manter o interesse. Mas isso não é tudo: a Agos Partner desenvolveu seu próprio site de plataforma de dados para o mundo automotivo, chamado Automotive Market Overview, que é promovido usando o LinkedIn. Todo esse conteúdo de alto valor é entregue usando uma combinação de imagens, vídeos, artigos e documentos.



Entrevistas com especialistas

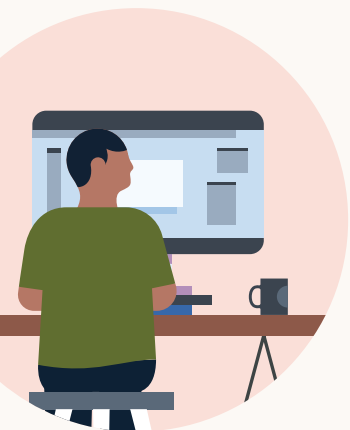
Relatórios do setor

Sustentabilidade



2 Compromisso com uma abordagem sempre ativa

A equipe de Trade da Agos Partner mantém um calendário editorial que define seu plano de conteúdo e agenda de publicação. Dessa forma, os seguidores recebem novos conteúdos de maneira consistente. Para alcançar um público mais amplo e adquirir novos seguidores, as publicações orgânicas de alto desempenho são transformadas em Sponsored Content na plataforma e prévias dos conteúdos mais relevantes da Agos Partner são incluídas na newsletter da empresa para direcionar o tráfego para sua Showcase Page do LinkedIn.



3 Teste, aprendizagem e otimização contínuos

Embora pareça que a Agos Partner encontrou uma estratégia de marketing vencedora, Alessio destaca que eles estão constantemente monitorando, avaliando e fazendo ajustes com o suporte das Soluções de Marketing do LinkedIn. Isso inclui testes de diferentes combinações de segmentação para alcançar o público certo e o ajuste dos lances e orçamentos para otimizar os investimentos nesse processo.

Agos Partner dá um passo rumo ao futuro

Embora a Agos Partner tenha sido resultado de uma adaptação rápida motivada pela pandemia, seu sucesso garantiu ao projeto um lugar permanente na estratégia de marketing mais ampla da empresa.



Estamos recebendo um feedback muito positivo de nossa equipe de vendas. Eles estão fazendo novas conexões na comunidade da Agos Partner e usando o conteúdo como uma fonte confiável única para facilitar suas interações de vendas. Isso garante que nossas mensagens sejam entregues de maneira consistente em todos os pontos de contato.



Alessio Cacciatori

Líder de Trade Marketing da Agos

Por esses motivos, a Agos continuará sua jornada digital com o LinkedIn, mantendo a determinação e buscando novas maneiras de expandir ainda mais sua comunidade, além de criar sinergias com os parceiros, seguindo sua estratégia "100% digital, 100% humana".

