

H&M Group criou uma estratégia de marketing de marca sustentável no LinkedIn

Sede: Estocolmo, Suécia | Número de funcionários: Mais de 150 mil | Setor: Varejo

Objetivos

- Gerar conhecimento da marca para reter o H&M Group, que foi estabelecido como parte de uma reestrutura organizacional
- Expandir e engajar uma comunidade profissional no LinkedIn em torno de temas importantes no nível do grupo, como tecnologia e sustentabilidade

Solução

- Adotou uma estratégia de marketing paga e orgânica no LinkedIn
- Realizou diversos testes A/B em suas campanhas de marketing pagas para entender os públicos e o conteúdo preferido deles
- Implementou anúncios em vídeo para Sponsored Content para criar uma abordagem de narrativa mais visual
- Trabalhou com a equipe de Soluções de Marketing do LinkedIn para refinar a segmentação do público, considerando pontos além do setor, da localidade e de outros atributos profissionais, como competências e interesses

” Queremos gerar uma percepção positiva da marca e ganhar confiança com relação aos nossos princípios e perfil. Não é possível fazer isso com um único investimento. É importante ter uma estratégia always-on e conversas contínuas com colegas, clientes e comunidades. LinkedIn now ajuda a ter essas conversas de um jeito mais engajado e dimensionável. “



Miriam Tappert | Projektmanagerin, People & Organisational Development, H&M-Gruppe

Resultados

Em seis meses, a campanha de conhecimento da marca com foco em sustentabilidade do H&M Group conseguiu:

