



Estratégia de funil completo no LinkedIn com marketing baseado em contas

Sede: Linköping, Suécia | Nº de funcionários: 1.001 – 5.000 | Setor: software

Desafios

- Provar o impacto do marketing digital nos negócios, considerando os longos ciclos de vendas que podem se estender além de 12 meses
- Desenvolver uma maneira mais eficiente de gerar leads qualificados relacionados aos seus produtos específicos para alguns setores de nicho, além de desenvolver o perfil da marca

Solução

- Um sistema de pontuação e atribuição de leads foi criado
- A empresa lançou uma estratégia de ABM no LinkedIn levando suas listas de contas de maior interesse para a plataforma e adotando uma abordagem ativa permanente para máxima repercussão e eficiência orçamentária.
- Foram também realizadas campanhas de conhecimento da marca entre públicos amplos e lançadas campanhas de geração de leads altamente direcionadas para geração de resultados na parte inferior do funil.

“ O feedback da nossa equipe de vendas foi excelente. Após o lançamento da nossa campanha de ABM no LinkedIn e o uso de formulários de geração de leads para capturar interesse, o contato de vendas ficou muito mais fácil. Alcançamos potenciais clientes com o nível certo de experiência nas empresas de maior interesse. Além disso, observamos que esses potenciais clientes são mais abertos a conversas de vendas após estreitarmos o relacionamento no LinkedIn. ”



Danny Kuijpers

Marketing Digital Regional, Oeste e Sul da Europa e América Latina, IFS

20%

dos leads qualificados pelo marketing na Holanda são gerados no LinkedIn

Redução de 33%

no custo por lead

