

Desafios

- Apoiar planos ambiciosos de crescimento de negócios por meio da criação de um pipeline de leads de alta qualidade e solicitações de demonstração
- Criar campanhas de marketing eficazes e localizadas em um número cada vez maior de novos mercados internacionais onde os requisitos regulamentares, a cultura de trabalho e os hábitos podem ser significativamente diferentes

Solução

- Após um sucesso limitado com campanhas de geração de leads no LinkedIn, a equipe de marketing da WorkMotion começou a trabalhar em estreita colaboração com a equipe de Soluções de Marketing do LinkedIn para desenvolver uma abordagem estruturada e focada em todo o funil de conversão.
- Eles começaram a monitorar as métricas de engajamento em cada um dos estágios do funil em vez de olhar apenas para os resultados do fundo do funil, como, por exemplo, o custo por lead. Isso os ajudou a entender onde os potenciais clientes estão no processo de decisão de compra e a determinar que conteúdo ajudaria a desenvolver esses potenciais clientes e transformá-los em conversões.

“ Como atuamos internacionalmente, sabemos que nosso público de profissionais de RH precisa lidar com regulamentações e culturas de trabalho específicas de cada país. Para criar um conteúdo localizado que tenha valor para todos, ouvimos com atenção o que a nossa equipe de vendas e potenciais clientes nos dizem. Levamos isso para o LinkedIn, usando os recursos de segmentação da plataforma e o conjunto de formatos de anúncios para desenvolver o nosso público desde o conhecimento até a consideração e, finalmente, até a conversão. Descobrimos que essa estratégia funciona muito melhor do que a nossa antiga abordagem de focar apenas na geração de leads.



Jimena Mondragon
Líder de Marketing
WorkMotion

