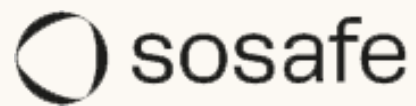


Como avaliar o sucesso da geração de leads no LinkedIn e além da plataforma



Sede: Colônia, Alemanha | Nº de funcionários: 201-500 | Setor: Tecnologia da Informação e Serviços

Desafio

- Provar a eficácia do LinkedIn como plataforma de geração de leads
- Aumentar o conhecimento sobre o produto entre o público-alvo e desenvolvê-los para conversão como lead qualificado pelo marketing (MQL)
- Apoiar as vendas internas na transformação de MQLs em leads qualificados por vendas (SQLs) e leads aceitos por vendas (SALs)

Solução

- Gerenciador de campanhas integrado às áreas de automação de marketing e CRM para oferecer um fluxo de dados contínuo
- Foi implementada uma metodologia de pontuação de leads e um programa de desenvolvimento de leads para acompanhar a jornada
- Foram realizadas campanhas em todo o funil de marketing no LinkedIn: campanhas de conhecimento/formação para o topo do funil e campanhas para o meio e o fundo do funil com recursos acionáveis, como auditoria de segurança cibernética, para gerar leads
- Veiculação de campanhas de marketing baseado em conta (ABM) no LinkedIn para públicos específicos do setor

“ Em nove meses, conseguimos mostrar à empresa que estávamos alcançando as pessoas certas, captando mais leads e mantendo um custo por lead razoável no LinkedIn.”



Felix Jung

Gerente de Marketing de Performance, SoSafe

"A tração que estamos desenvolvendo no LinkedIn nos coloca em uma boa posição para o próximo ano, enquanto nos preparamos para olhar além dos países de língua alemã e começamos a veicular marketing no LinkedIn internacionalmente."



Patrik Thies

Gerente Sênior de Marketing Digital, SoSafe

