



Skörda avkastning från lokaliserad always-on-marknadsföring

Huvudkontor: Århus, Danmark | Antal anställda: 51-200 | Bransch: Programvaruutveckling

Mål

Att generera potentiella kunder i USA, Storbritannien, Kanada, Latinamerika, DACH-regionen, Frankrike och Danmark på ett kostnadseffektivt sätt

Lösning

Lokaliserad marknadsföring

LMS365 testade att visa en dansk målgrupp både engelskt och danskt annonsmaterial och resultatet visade att den lokaliserade versionen hade dubbelt så hög fullföljningsfrekvens för Lead Gen-formulär. Sedan de fick den insikten lokaliserar LMS365 nu allt annonsmaterial till icke-engelsktalande marknader.

Always-on-marknadsföring

LMS365 skapade ett always-on-upplägg för hela marknadsföringstratten som innehöll flera varianter av varje annonsmaterial för att metodiskt A/B-testa prestandan hos deras e-boksinnehåll, vilket resulterade i fler potentiella kunder, en ökad fullföljningsfrekvens för Lead Gen-formulär och lägre kostnad per lead.

Budstrategi

För att maximera budgetens räckvidd använder No Zebra, LMS365:s digitala marknadsföringsbyrå, en manuell budgivningsstrategi på LinkedIn, som börjar med ett högre bud för att säkra visningar, för att sedan kontinuerligt justera budet tills man hittar den optimala kombinationen av leadskvalitet och kostnad.

Resultat

74 %

av MQL från always-on-marknadsföring

2,5x

Fullföljningsfrekvens för Lead Gen-formulär vs riktmärken för plattformen

“LinkedIn har producerat fantastiska resultat som vår enda leadgenereringskanal när det kommer till MQL. Med stöd av vår digitala byrå No Zebra och LinkedIn Marketing Solutions ser vi fram emot att driva försäljningskvalificerade leads (SQL) direkt på LinkedIn som nästa steg. Vi introducerar en metod som är inriktad på hela marknadsföringstratten och planerar även ytterligare marknadsföring av företaget för att hela tiden ge mer energi åt LMS365:s branta tillväxtambition att bli ett enhörningsföretag.”



Mette Olesen
Marknadsföringschef
LMS365