

# FIREBOLT skapar en snabb pipeline med varumärkesmarknadsföring

Huvudkontor: San Francisco, Kalifornien | Antal anställda: 51-200 | Bransch: Datortjänster

## Utmaning

- Skapa leads med hög avsikt som passar en specifik idealisk kundprofil med en blygsam marknadsföringsbudget trots att vi är ett ungt utmanarvarumärke med lägre varumärkesmedvetenhet på viktiga marknader som USA och Storbritannien
- Öka målgruppens förståelse av den unika produktutformningen

## Metod

- Växlade från lead-genereringskampanjer på LinkedIn som producerade en konverteringsfrekvens för MQL till SQL på 2 % till en varumärke-till-efterfrågan-strategi som så småningom genererade sex gånger högre resultat
- Investerade i innehåll för den övre och mellersta delen av marknaden för att öka medvetenheten och skapa en djupare kännedom om produkten, och tillhandahöll detta med hjälp av en metod som integrerade organiskt och betalt innehåll
- Den kreativa avdelningen visade upp sin kultur som nystartat företag för att skapa en distinkt och engagerande personlighet för varumärket

” Som en resultatinriktad marknadsförare var det skrämmande att ändra strategin på LinkedIn från att endast generera efterfrågan till en heltäckande varumärke-till-efterfrågan-strategi. Vi är dock ett utmanarvarumärke och visste att om vi inte bygger upp kännedom om varumärket och kunskap om produkten hos målgrupperna skulle det bli dyrt och ineffektivt att skapa efterfrågan. Genom att investera i vårt varumärke ökade vår konverteringsfrekvens för MQL till SQL med sex gånger under fyra månader. ”



Itay Waisman | Chef för Demand Generation, Firebolt

