

# H&M Group skapar en hållbar varumärkesstrategi på LinkedIn

Huvudkvarter: Stockholm, Sverige | Antal anställda: Fler än 150 000 | Bransch: Detaljhandel

## Mål

- Öka holdingbolaget H&M Groups varumärkeskänedom. Holdingbolaget etablerades som en del av en organisatorisk omstrukturering.
- Att engagera en växande grupp yrkespersoner på LinkedIn i relevanta ämnen som teknologi och hållbarhet.

## Lösning

- En marknadsföringsstrategi på LinkedIn med både organiska och betalda aspekter
- Utförlig A/B-testning av betalda marknadsföringskampanjer för att förstå målgrupper och den typ av innehåll som fungerar bäst
- Sponsrade videoannonser för en mer visuell berättarteknik
- Ett nära samarbete med LinkedIn's Marketing Solutions-team för att förfina målgruppsinriktningen och se bortom bransch och plats för att istället välja professionella attribut som kompetenser och intressen.

” We want to drive positive brand perception and build trust around who we are and what we stand for. This is not something that can be achieved with a one-off investment. It's key to have an always-on strategy and ongoing conversations with colleagues, customers and communities – LinkedIn allows us to have those conversations in an engaging and scalable way. ”



Miriam Tappert | Projektmanagerin, People & Organisational Development, H&M-Gruppe

## Resultat

Inom sex månader lyckades H&M Groups hållbarhets-fokuserade kampanj för varumärkes-medvetenhet på LinkedIn uppnå följande:

