



# testar en heltäckande strategi med ABM på LinkedIn

Huvudkvarter: Linköping, Sverige | Antal anställda: 1 001–5 000 | Bransch: Programvara

## Utmaning

- Att bevisa den digitala marknadsföringens påverkan på verksamheten trots långa försäljningscykler som kan sträcka sig långt över 12 månader.
- Att utveckla ett effektivare sätt att skapa kvalitativa leads för sina branschspecifika produkter inom nischsektorer samtidigt som de bygger upp varumärkets profil.

## Lösning

- Implementerade ett system för att poängsätta och tilldela leads.
- Lanserade en ABM-strategi på LinkedIn för att flytta sina listor med målkonton till plattformen och antog en heltäckande metod för högsta gensvar och effektiv budgetanvändning.
- Körde kampanjer för varumärkeskännedom för att öka medvetenheten hos breda målgrupper samtidigt som de lanserade riktade kampanjer för att skapa resultat i nedre delen av marknadsföringstratten.

“ Feedback from our sales team has been excellent. After launching our ABM campaign on LinkedIn and using Lead Gen Forms to capture interest, sales outreach has been much easier. We are reaching prospects of the right seniority in our target companies. We also find that these prospects are more open to having sales conversations after being nurtured on LinkedIn. ”



**Danny Kuijpers**

Regional Digital Marketing, Western, Southern Europe & Latin America, IFS

**20 %** av MQLs

i Nederländerna kommer från LinkedIn

**-33 %** kostnad per lead

