

sosafe mäter lead-genereringens framgång på och utanför LinkedIn

Huvudkontor: Köln, Tyskland | Antal anställda: 201-500 | Bransch: IT och tjänster

Utmaning

- Påvisa LinkedInns effektivitet som plattform för lead-generering
- Öka produktmedvetenheten i målgruppen och vårda den på väg mot konvertering som leads kvalificerade för
- Ge stöd till ingående försäljning genom att förvandla leadsmarknadsföring (MQL) kvalificerade för marknadsföring till leads kvalificerade för försäljning (SQL) och leads godkända för försäljning (SAL)

Lösning

- Integrerad kampanjhantering med automatisk marknadsföring och CRM för smidigt dataflöde
- Implementerade en metod för att poängsätta leads och ett program för att vårda leads och kunna spåra deras resa
- Körde en heltäckande strategi med marknadsföringskampanjer på LinkedIn: medvetenhets-/utbildningskampanjer i övre delen av tratten och kampanjer med handlingsbara tjänster som revision av cybersäkerhet i mellersta delen för att skapa leads.
- Körde kampanjer med kontobaserad marknadsföring (ABM) på LinkedIn för branschspecifika målgrupper

”Inom nio månader kunde vi visa att verksamheten nådde rätt personer, skapade fler leads och hade en rimlig kostnad per lead på LinkedIn.”



Felix Jung

Chef för prestationsbaserad marknadsföring på SoSafe

”Utgångsläget vi skapar på LinkedIn placerar oss i en stark position för nästa år, medan vi förbereder för att gå utanför DACH och börja marknadsföra internationellt med LinkedIn.”



Patrik Thies

Högsta chef för onlinemarknadsföring på SoSafe

