



# WorkMotion testar, lär om och lyckas på LinkedIn

Huvudkontor: Berlin, Tyskland | Antal anställda: 51–200 | Bransch: Internet

## Utmaningar

- Att ge stöd åt ambitiösa planer om företagstillväxt genom att generera en pipeline med leads av hög kvalitet och med hög avsikt samt demoförfrågningar.
- Att skapa effektiva, lokalanpassade marknadsföringskampanjer i ett växande antal nya, internationella marknader där regler, arbetskulturer och attityder kan variera stort.

## Lösning

- Efter att ha sett en begränsad framgång med leadskapande kampanjer på LinkedIn började WorkMotions marknadsföringsteam arbeta i nära samarbete med LinkedIn Marketing Solutions för att utveckla en strukturerad full-funnel-metod.
- De började spåra engagemangstatistik inom varje del av marknadsföringstratten istället för att endast titta på resultat i den nedre delen av tratten, som kostnad per lead. Detta hjälpte dem att förstå var de potentiella kunderna är i kundresan och att fastställa vilket innehåll som skulle kunna hjälpa till att bearbeta dessa engagerade potentiella kunder mot konvertering.

” Because we market internationally, we recognise that our audience of HR professionals deal with country-specific talent regulations and work cultures. To create localised content that is valuable to them, we listen closely to what our sales team and prospects tell us. We bring this onto LinkedIn, using the platform’s targeting capabilities and suite of ad formats to nurture our audiences from awareness to consideration and finally, conversion. We find that this strategy works much better than our previous approach of focusing purely on lead generation. ”



Jimena Mondragon  
Head of Marketing  
WorkMotion

