

# 海外数字营销新布局

## 领英助力金升阳实现品牌营收双增长



### 概要

#### 营销目标

- 分享丰富的电源解决方案，促进电源行业的发展
- 借助 LinkedIn 平台，为粉丝构建一个与金升阳互动交流的渠道
- 构建品牌影响力，挖掘潜在的销售机会

#### 营销策略

- 基于公司主页（Company Page）的原生内容运营，积累行业粉丝并树立行业专业度
- 根据不同海外市场的受众偏好和营销目标，进行差异化的广告投放
- 综合定向不同类型的决策人群，多维度建立品牌认知和信任

#### 使用产品

- 公司主页（Company Page）
- 企业推广内容

#### 营销效果

- 主页粉丝与目标行业吻合率达**71%**
- 互动率较上一年增长**114%**
- 粉丝数较上一年**翻倍增长**

### 背景

自1998年正式推出第一款 DC/DC 电源模块，金升阳一直深耕工业电源领域，致力于为客户提供一站式电源解决方案。

2002年出海以来，金升阳坚持以品牌建设打开海外市场。但随着互联网迅速发展，传统营销渠道在年轻工程师这一群体上的营销触达率持续降低。因此，金升阳急需开启营销数字化转型。

金升阳选择 LinkedIn 作为海外数字化营销平台，是因为其以下三大优势：



平台优势明显

LinkedIn 作为全球性职业社交媒体平台，其职业化、值得信赖的沟通场景非常契合金升阳的专业化品牌沟通调性



职场数据精准

LinkedIn 汇聚大量真实职场人群信息，可以帮助金升阳精准定位公司管理层与实际运用层的各类受众



数据真实可检测

LinkedIn 平台数据真实可检测，可以帮助金升阳进行访客、关注者属性等多维度数据分析，实现运营效果的持续优化



我们希望展示的品牌形象是专业、可靠、值得信赖，而 LinkedIn 是值得信赖的 B2B 社交平台，在这一点上我们与 LinkedIn 是不谋而合的，而且 LinkedIn 在海外有大量的优质用户，我们希望借助 LinkedIn 这一平台向海外的目标用户有效的展示我们的品牌形象。

——李老虎，海外市场营销总监 广州金升阳科技有限公司

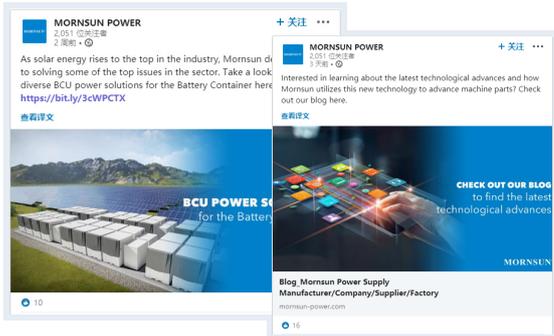


## LinkedIn 投放策略

金升阳所属的电子元器件制造业，产品市场十分细分，目标人群范围特定，LinkedIn 根据金升阳产品属性制定标签，实行目标人群的精准营销，提升海外品牌曝光度，助力金升阳实现品牌和营收的双增长目标。

### 持续输出的公司主页 (Company Page) 运营

输出行业前沿动态、最新产品信息，吸引更多的关注者；持续与粉丝互动，提升粉丝留存率，加强品牌粘性。借助 LinkedIn 数据分析，实现多维度，调整日常运营内容以达到最佳效果，进而提高公司主页访问量。



### 有的放矢的广告内容投放

参考营销漏斗和客户购买旅程分析，针对决策层实行不同的投放方法，实现覆盖一个决策群体，而不是单一的决策者。借助 LinkedIn 的销售线索表格 (Lead Gen Form)，将从 LinkedIn 收集到的销售机会上传到数字化营销平台的后台，进行数据匹配再营销，实现销售线索价值优化。

### 锁定目标人群 持续输出内容

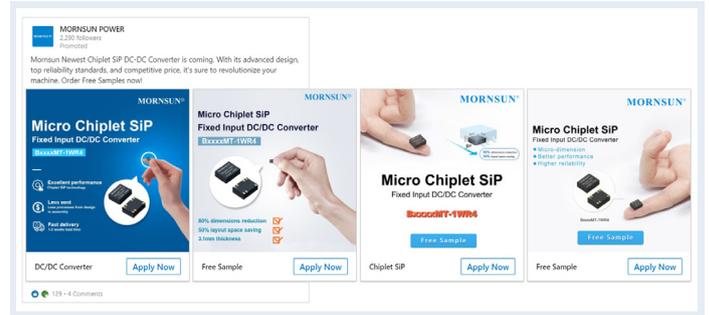
依据 LinkedIn 平台大数据分析，精准锁定目标人群，输出差异化内容，实行一对一的靶向瞄准，实现目标人群的有效触达。以品牌形象持续影响决策管理层用户，以专业、可靠的产品和方案影响实际应用层用户。

### 定制推广计划 把握投放节奏

通过海外各市场品牌推广需求、营销活动、公司新品上市计划、以及营收目标分析，结合 LinkedIn 广告效果追踪，金升阳会提前定制年度 LinkedIn 推广计划。在不同的客户认知阶段，选择与之匹配的广告产品，逐步建立起用户的认知与信任。

## 持续内容优化 降低单个销售线索成本 (CPL)

通过在 LinkedIn 的持续投放与数据跟踪，有效帮助金升阳建立起一套完整的内容优化机制。从客户角度出发，结合应用场景、技术痛点，启动素材头脑风暴与 A/B 测试，以最大程度匹配目标用户人群特征，实现低耗单个销售线索成本 (CPL) 的精准定位。



## 投放效果

通过公司主页运营和广告投放的组合使用，LinkedIn 帮助金升阳实现了海外数字营销新布局，并通过持续的内容输出，将金升阳专业、可靠、值得信赖的品牌形象，展示给更多目标用户，两年内实现：

主页粉丝数较上一年 互动率较上一年增长 粉丝所属行业与目标行业吻合率高达

翻倍增长 114% 71%

广告投放收集的线索质量获得培育团队认可，leads 转化率持续上升。

李小虎

海外市场营销总监  
广州金升阳科技有限公司



随着互联网越来越发达，数字营销趋势逐渐明显，所以我们现阶段的市场营销，是从过去传统营销向现在新兴的数字营销去转变的，虽然同行中转型案例并不是很多，效果也并不明显，但我们愿意去尝试这样一条新的路。



欢迎关注微信公众号“领英营销官”  
获取更多营销洞察  
及最新活动公告



立即扫码关注  
“领英营销官”官方小程序  
一站式全方位了解  
领英营销解决方案



扫码进入“领英 B2B 营销学院”  
开启 B2B 营销实战训练  
提升专业技能