

海外数字营销新布局

领英赋能来也科技实现品牌与业务双增长



来也科技（北京）有限公司

高科技/软件机器人/智能自动化/人工智能
东南亚、欧洲、美洲 15 个国家及地区

成功故事

来也科技 (Laiye) 成立于 2015 年，是一家全球领先的智能自动化及数字化劳动力技术企业。它将业务全球化作为整体发展方向，推出全新工作执行系统 WES (Work Execution System)，旨在为客户提供变革性、一体化的智能自动化解决方案，通过构建全新的人类与数字化劳动力协作模式，提升员工满意度和成就感，为组织带来新的效率和生产力升级。

在中国市场成功验证了产品及业务模式后，来也科技于 2021 年初正式宣告全力进军全球市场，以“中国经验”结合“国际化需求”的商业策略，加速“一体化”智能自动化平台在各大海外市场的落地。目前，来也科技已服务超过 200 家 500 强企业、200 个省市级政府机构及上千家中小企业；在 2021 年《财富》世界 500 强榜单前十名企业中，7 家在使用来也科技的智能自动化产品。

但在进入陌生海外市场的初期，来也科技面临品牌知名度低、业务拓展难等问题。领英作为助力中国企业全球化的平台，不仅为来也科技建构内容阵地吸引了大量潜在客户、提升了海外品牌形象；同时，领英平台提供的商业环境及精准职场定向功能，还帮助来也拓宽人脉、与全球目标客户建立有效沟通，最终实现销售线索量的高增长；此外，来也还运用领英 ABM 解决方案与其重点客户间建立了专属联系，进而加速了从需求到业务的实际转化。



出海挑战

- 品牌知名度较低
- 可触达目标受众范围有限，市场拓展进展缓慢



出海目标

- 定义新品类“Work Execution System”，并成为这一品类市场具备高占有率、强品牌力的公司
- 在提高海外品牌认知度的同时，获取更多销售线索，并通过持续触达培育，储备长期商业增长机会



覆盖人群

- 企业 CXO、数字化转型或共享中心负责人



营销策略

- 品牌建设 + 销售获客同步跟进：基于业务发展阶段及项目属性，灵活调整建设品牌及获取销售线索之间的投入分配；数字化布局营销漏斗，构建阶段性营销策略，多维发力层层渗透，最终实现业务转化
- 数字化线上 + 传统线下协同发力：多渠道结合，在全球范围内建立客户对品牌的统一认知，同时对于细分受众进行定制化触达及推广

解决方案

「Awareness」 构建全球化品牌阵地，打造双向沟通场景机会

来也科技在领英创建官方企业主页，构建场景机会，丰富内容以吸引更多广泛的海外潜在目标客户，并通过关注者构成，了解全球潜在客户对来也科技的关注及兴趣偏好，进一步优化内容计划及流量提升策略。与此同时，领英主页作为塑造品牌阵地助力来也科技提升海外品牌形象，助推后续市场拓展进程，进而培育长期商机。

「Consideration」 多元内容 + 精准定向，多维助力提升品牌信任度

来也科技首先借助领英信息流广告的精准定向功能，通过视频、图表、博客、文章等形式，结合本地区域重点事件，持续渗透全球重点客户，塑造品牌影响力；其次提供产品解决方案，打造成功案例、线上研讨会、专家/高层采访等多元化的高质量内容，定向且多维度地触达客户，精准传递其助力企业实现运营及管理自动化的关键信息，以构建品牌力，在巩固品牌口碑的同时孵化更多销售线索；最后以动态广告相配合，刺激领英官方企业主页的关注增长——据统计在 2022 年 1 月到 2022 年 9 月之间，实现主页关注者增长超 1 万人——积累丰富的全球潜在客户，并增进潜在市场拓展机遇。



「Conversion」 ABM 建联，加速下沉式业务转化

领英 ABM 解决方案帮助来也科技与海外大客户建立更为紧密的联系。比如，为目标客户群体定向推送定制化内容、创造专属交流机会等；协同开展线下活动，此举作为与客户接触的“最后一公里”，助力来也科技获得更多的 MQL 数量，并实现从构建品牌力到业务达成的下沉式转化。

独立潜在客户触达 3.6M+	主页关注者环比增长 220%	线索收集环比增长 71%	线索成本环比降低 57%
--------------------------	--------------------------	------------------------	------------------------

在计划未来全球市场营销的“攻坚战”时，来也科技表示，将持续升级整体品牌健康度指数体系，除上述指标外，客户认可度、推荐率等直接影响口碑的指标都被纳入追踪范围。来也科技将通过长期的追踪、挖掘、解题、优化等闭环管理模式，为即将到来的国际化品牌建设做好“基建”的准备。

来也认为，长期品牌运营与商机转化之间的平衡，应随发展的不同发展阶段而有所区分。当前品牌营销方面的工作重点是做好品牌宣传的“下沉”，在全球市场上构建起一定的品牌认知，而单纯追求商机的转化等短期指标，往往无法支撑公司中长期的发展愿景。

未来展望



武慧娇

来也科技品牌和数字营销负责人

作为数字营销的主要平台，LinkedIn 营销解决方案提供了多种与目标人群直接沟通互动的场景，将内容送达不同层级的客户和伙伴，帮助我们实现构建品牌影响力以及挖掘潜在的销售机会的目标。



获取更多领英洞察、产品及活动信息
扫码前往领英营销宫小程序

获取您的专属 LinkedIn 推广方案，欢迎联系领英营销方案顾问
lmscn@linkedin.com | 400-062-5229