

LeadIn Ads - to nie literówka!

**Reklama na LinkedIn
najlepszym sposobem
na pozyskiwanie jakościowych leadów**



CASE STUDY

WSTĘP

Synergia - kluczowe słowo w kontekście działań LinkedIn Ads. Jak angażująca komunikacja prowadzona przez Engave w połączeniu z pracą naszych specjalistów nad kampaniami reklamowymi wpłynęła na realizację celu, którym było wygenerowanie kwalifikowanych leadów zainteresowanych ofertą Engave?

WYNIKI:

- O **358%** większa liczba leadów od szacowanej - maj 2020
- O **226%** większa liczba leadów od szacowanej - grudzień 2020

Chcesz dowiedzieć się, dlaczego płatne kampanie reklamowe na LinkedIn są tak efektywne dla sektora B2B i jakie rozwiązania wprowadziliśmy, aby osiągnąć tak dobre rezultaty?

Przeczytaj historię współpracy z Engave!

O KLIENCIE

Engave to polska firma technologiczna, specjalizująca się w holistycznym podejściu do strategii transformacji cyfrowej przedsiębiorstw.

Engave jest liderem na polskim rynku w obszarze wsparcia w digitalizacji przedsiębiorstw - misją firmy jest umożliwić przedsiębiorcom dostęp do tych samych rozwiązań technologicznych, z których korzystają duże korporacje.



WYZWANIA

Gdy rozpoczynaliśmy współpracę w marcu 2020 roku, w Engave trwał proces rebrandingu, zmiany pozycjonowania marki oraz wdrażania nowej strategii komunikacji. **Z firmy znanej jako integrator IT Engave przekształcał się w firmę, która jest już nie tylko dostawcą rozwiązań IT, a przede wszystkim producentem innowacji wspierających transformację cyfrową przedsiębiorstw.**

Celem naszej współpracy było wygenerowanie kwalifikowanych leadów zainteresowanych ofertą Engave przy pomocy kampanii reklamowych w social mediach. Jako najefektywniejsze źródło zapytań wskazaliśmy płatne kampanie na LinkedIn ze względu na to, że jest to najlepsza platforma dla sektora B2B. Dodatkowym celem było budowanie świadomości marki na LinkedIn i Facebook, a także wzrost zaangażowania użytkowników i liczby obserwujących.

ROZWIĄZANIA

W kontekście kampanii reklamowych, głównie LinkedIn Ads, kluczowe było precyzyjne określenie właściwej grupy docelowej.

Aby to zrobić, wykonaliśmy wiele testów A/B, które wykorzystaliśmy także do wyznaczenia najbardziej odpowiednich formatów reklamowych, celów, stawek czy samych kreacji reklamowych.

Poza konfiguracją reklam, szczególne znaczenie dla efektywności kampanii LinkedIn Ads miały także bardzo jakościowe i interesujące lead magnety opracowane przez Engave - e-Poradniki, darmowe konsultacje w obszarze transformacji cyfrowej, wydarzenia AMA (Ask Me Anything) online ze swoimi partnerami biznesowymi, pomoc w uzyskaniu dotacji na proces transformacji cyfrowej czy e-Poradniki dotyczące organizacji pracy zdalnej w czasie pandemii.

W kampaniach zachęcaliśmy do wypełnienia formularza - zrealizowanie tego celu oznaczało pozyskanie leada.



ZAANGAŻOWANIE ENGAVE I NASZE DOŚWIADCZENIE - KLUCZ DO SUKCESU

Nasza rola we współpracy nie ograniczała się do prowadzenia kampanii reklamowych.

Byliśmy partnerem - edukowaliśmy i wspieraliśmy Engave we wdrażaniu nowych działań i promocji produktów.

Od marca 2020 roku, czyli od momentu przekazania naszych rekomendacji co do sposobu komunikacji, klient bardzo skutecznie i znacznie efektywniej zaczął prowadzić swoje kanały w social media - Facebook i LinkedIn.

Zdywersyfikował prowadzoną komunikację i postawił na budowanie marki eksperta w swojej branży z czynnym udziałem pracowników firmy.

Ponadto bardzo istotne w kontekście współpracy było zaangażowanie Engave w procesowanie leadów - poukładany lejek sprzedażowy po stronie klienta bezpośrednio wpłynął na wysoką konwersję pozyskanych zapytań ofertowych.

ZAANGAŻOWANIE ENGAVE I NASZE DOŚWIADCZENIE -

KLUCZ DO SUKCESU

Niebagatelne znaczenie dla budowania świadomości marki i zaufania do niej mają kampanie LinkedIn Ads. Jak

wspomnieliśmy, wykorzystywaliśmy ten kanał do promocji materiałów przygotowanych przez klienta i wsparcia komunikacji na stronie firmowej, co w efekcie pozwoliło na pozyskanie bardzo wielu jakościowych leadów.

Dodatkowo prowadziliśmy dedykowane kampanie wspierające budowanie świadomości marki na LinkedIn, wspieraliśmy zaangażowanie pod postami, a tym samym przyrost followersów na stronie firmowej. Prowadziliśmy też kampanię na pozyskanie ruchu, wspierając dedykowane rozwiązania klienta, umiejscowione na landing page'ach.



EFEKTY

Przed rozpoczęciem współpracy określiliśmy wspólnie z klientem liczbę wygenerowanych do końca maja 2020 oraz do końca grudnia 2020 kwalifikowanych leadów, zainteresowanych ofertą *Engave*. **Znacząco przekroczyliśmy liczbę leadów, które mieliśmy pozyskać dzięki kampaniom reklamowym:**

- O **358%** większa liczba leadów od szacowanej - maj 2020
- O **226%** większa liczba leadów od szacowanej - grudzień 2020

Najlepsze wyniki odnotowała kampania z lead magnetem w postaci e-Poradnika dotyczącego mapowania procesów operacyjnych, dzięki któremu wygenerowaliśmy łącznie od listopada 2020 do końca marca 2021 aż 717 leadów z LinkedIn Ads oraz z Facebook Ads. Średni koszt pozyskania leadu (CPL z kampanii na LinkedIn) był ponad dwukrotnie niższy od zakładanego.

EFEKTY

Skuteczność 7 kampanii

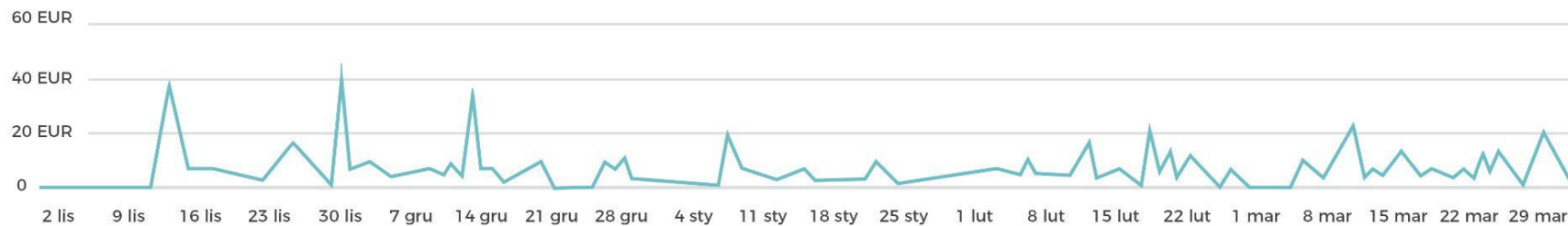
Ogółem potencjalni klienci: **717**



EFEKTY

Skuteczność 7 kampanii

Ogółem średni koszt potencjalni klienci: **5,01 EUR**



KOSZT POZYSKANIA LEADA W KAMPANII Z LEAD MAGNETEM W POSTACI

E-PORADNIKA DOTYCZĄCEGO MAPOWANIA PROCESÓW OPERACYJNYCH

46,85%

**WSPÓŁCZYNNIK WYPEŁNIEŃ FORMULARZY
POTENCJALNYCH KLIENTÓW**

3,88 EUR

**KOSZT
POTENCJALNEGO KLIENTA**

Pozyskanie leada oznaczało wypełnienie formularza. **W jednej z kampanii leadowych osiągnęliśmy współczynnik wypełnień formularza na poziomie aż 46,85%!** Ten wynik to zasługa długofalowo prowadzonej kampanii i umiejętnej optymalizacji, co w rezultacie umożliwiło utrzymanie wskaźnika konwersji na tak wysokim poziomie.

PODSUMOWANIE

Sukces kampanii leadowych to efekt zharmonizowania prowadzonych przez nas działań reklamowych z regularną, merytoryczną, interesującą i angażującą komunikacją na stronie firmowej LinkedIn, która była zasługą Engave.

Dzięki umiejętnemu zagospodarowaniu tych dwóch obszarów znacząco zwiększyło się zaangażowanie pod publikowanymi postami na stronie firmowej, wzrosła liczba osób obserwujących profile Engave w social mediach oraz oczywiście zrealizowaliśmy główny cel - pozyskanie leadów.



PODSUMOWANIE

Praca Engave nad komunikacją marki oraz nasze wsparcie w zakresie konsultingu i prowadzenia kampanii reklamowych pozwoliło zwiększyć świadomość marki na rynku usług związanych z transformacją cyfrową.

Tworzenie wysokiej jakości materiałów edukacyjnych oraz włączenie ekspertów firmy do działań wizerunkowych w social mediach było kluczowe w kontekście realizacji wyznaczonych celów marketingowych.

Wzorowa synergia komunikacji prowadzonej przez Engave na stronie firmowej oraz realizowanych przez nas kampanii reklamowych pozwoliła osiągnąć 2.5-krotnie większą liczbę leadów, niż zakładano na początku współpracy. Cieszymy się z tego wyniku - pokazuje on, jak skuteczne mogą być kampanie LinkedIn Ads dla sektora B2B!