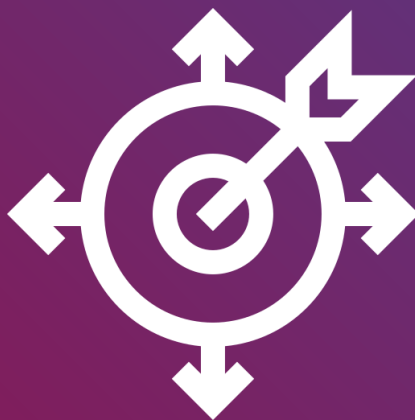


 enterium



4PEOPLE

**Content Marketing + LinkedIn Ads
= sukces w kampanii leadowej!**

Wstęp

Dzięki połączeniu dobrze zoptymalizowanej kampanii LinkedIn Ads z wartościowym lead magnetem w postaci artykułu eksperckiego, wygenerowaliśmy 63 wartościowe leady od potencjalnych klientów, pracowników wyższego szczebla, dyrektorów i członków zarządu.

Przeczytaj, jak skoordynowane działania naszych specjalistów przy wsparciu samego klienta - firmy Enterium - zagwarantowały sukces w kampanii LinkedIn Ads!



Enterium

niezastąpiony
partner
biznesowy



Enterium to firma wywodząca się z consultingu finansowo-strategicznego i w tym obszarze ma bardzo silne kompetencje.



Enterium

niezastąpiony partner biznesowy

Od kilku lat kluczową usługą jest jednak outsourcing controllingu / analityki biznesowej / raportowania finansowego, wsparty rozwiązaniem technologicznym Microsoft Power BI (zaciąganie i przetwarzanie danych, interaktywne raporty). Na rynku trudno znaleźć podmiot świadczący tak wielozadaniowe usługi, do tego z orientacją na klienta MŚP.

Enterium, w unikalny sposób łącząc te kompetencje, realnie zwiększa rentowność i wartość firm swoich klientów oraz przyspiesza realizację założonych przez nie celów strategicznych.



Początek współpracy

Współpraca Enterium i 4PEOPLE rozpoczęła się w sierpniu 2021 roku. **Wyznaczonym głównym celem działań było generowanie leadów B2B w segmencie firm z sektora MŚP,** natomiast pobocznym - budowanie świadomości marki wśród potencjalnych klientów.

Początek współpracy

Do realizacji tych założeń dobraliśmy
komunikację za pomocą dwóch kanałów:



social media

a konkretnie prowadzenie profilu firmowego oraz kampanii reklamowych na LinkedIn;



content marketing

poprzez prowadzenie bloga firmowego.

Kampania leadowa

To case study dotyczy jednak nie całej naszej współpracy, a konkretnie kampanii LinkedIn Ads z lead magnetem w postaci obszernego artykułu eksperckiego. Pomysł zrodził się i został wpisany do strategii działań marketingowych na początku 2022 roku.



Po akceptacji propozycji rozpoczęliśmy proces opracowywania szczegółowych grup docelowych, do których miały być targetowane reklamy.

Osiągnęliśmy to m.in. właśnie dzięki wsparciu specjalistów Enterium, którzy na bazie swoich doświadczeń wskazali ich zdaniem najważniejsze cechy wyróżniające ich klientów.

Kampania leadowa

2

Następnie zweryfikowaliśmy te informacje z naszymi danymi analitycznymi i na tej podstawie stworzyliśmy grupy docelowe w kreatorze reklam LinkedIn Ads. To bardzo istotne w kampani leadowej, ponieważ mogliśmy przygotować szyte na miarę treści, kreacje i oczywiście najważniejszy element, czyli interesującą grupę lead magnety.



Artykuł ekspercki jako lead magnet

Po określeniu szczegółowej grupy docelowej przyszedł czas na ustalenie tematyki artykułu. Zdecydowaliśmy, że będzie on dotyczył wdrożenia systemu controllingu i analityki danych w firmach usługowych. **Wybraliśmy ten temat po rozmowach z klientem, który dzięki swojemu doświadczeniu potrafił wskazać, że będzie on odpowiadał na potrzeby osób z grupy docelowej.**

Artykuł ekspercki jako lead magnet

Klient nie tylko jednak pomógł w doborze tematyki artykułu, ale także udzielił nam wsparcia merytorycznego - niezbędnego w trakcie tworzenia artykułu ze względu na poziom skomplikowania podejmowanego zagadnienia.

Dzięki temu przygotowany wpis blogowy obfitował w konkretne i innowacyjne zagadnienia, które wzbogaciły jego wartość w oczach czytelników.





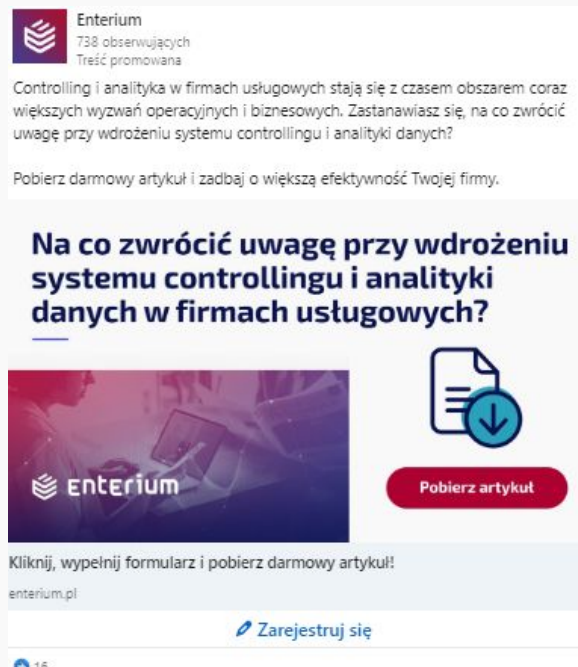
Artykuł ekspercki jako lead magnet

Tworząc artykuł skupiliśmy się na tym, aby wykorzystać ekspercką wiedzę dostarczoną nam przez klienta oraz wzbogacić treść o statystyki i dane znalezione w trakcie własnego researchu. **Wiedzieliśmy, że odpowiednia wartość merytoryczna artykułu jest niezwykle istotna w kontekście kampanii LinkedIn Ads, do której miał on zostać wykorzystany jako lead magnet.**

Efekty kampanii

Dzięki naszej strategii uzyskaliśmy aż 63 leady od potencjalnych klientów, pracowników wyższego szczebla, dyrektorów i członków zarządu. Wiele z tych kontaktów przerodziło się w owocne rozmowy/kontakty biznesowe.

Po przygotowaniu artykułu oraz kreacji reklamowych pozostało nam już tylko uruchomienie kampanii oraz jej cykliczna optymalizacja. **Sam post sponsorowany wyglądał tak:**



The screenshot shows a LinkedIn post from the company Enterium. At the top left is the Enterium logo, followed by the text '738 obserwujących' and 'Treść promowana'. The main text of the post asks: 'Controlling i analityka w firmach usługowych stają się z czasem obszarem coraz większych wyzwań operacyjnych i biznesowych. Zastanawiasz się, na co zwrócić uwagę przy wdrożeniu systemu controllingu i analityki danych?' Below this is a call to action: 'Pobierz darmowy artykuł i zadbaj o większą efektywność Twojej firmy.' The post features a large image with the Enterium logo and a red button that says 'Pobierz artykuł'. Below the image, there is a text prompt: 'Kliknij, wypełnij formularz i pobierz darmowy artykuł!' and the website 'enterium.pl'. At the bottom right of the post area is a blue button that says 'Zarejestruj się'. In the bottom left corner of the post area, there is a small icon and the number '16'.

Efekty kampanii

Kluczem do sukcesu kampanii było:



precyzyjne określenie grup docelowych,

umiejętne targetowanie reklam w systemie LinkedIn Ads oraz ich cykliczna optymalizacja,



przygotowanie wartościowego lead

magnetu w postaci artykułu eksperckiego, który przyciągał uwagę odbiorców,



wsparcie merytoryczne klienta w całym

procesie - od analizy grupy docelowej, po wsparcie przy tworzeniu treści artykułów.

enterium + 4PEOPLE



Dzięki wspólnym działaniom 4PEOPLE i Enterium nie tylko pozyskaliśmy leady dla firmy, ale także przygotowaliśmy rzetelne materiały będące wsparciem dla start upów w ich efektywnym rozwoju oraz w wykorzystaniu danych do wzrostu wartości firmy na wczesnym etapie rozwoju.