

Lead do Leada

a będzie... wielki sukces
kampanii LinkedIn Ads dla
klienta międzynarodowego!



Wstęp

Realizowana dla Forum Media Group kampania LinkedIn Ads **wygenerowała setki bardzo wysokiej jakości leadów**. Pozyskane kontakty dotyczyły obszaru M&A – były to więc osoby gotowe na sprzedaż swojej firmy. **Już jedna taka udana transakcja wygenerowałaby dla Forum Media Group zyski liczone w milionach złotych!**



Dowiedz się, dlaczego LinkedIn Ads jest najlepszym sposobem dotarcia do kontaktów biznesowych oraz w jaki sposób poprowadziliśmy wspólnie z klientem kampanię reklamową, która zakończyła się wielkim sukcesem.

O kliencie

Forum Media Group (FMG) jest międzynarodową firmą medialną i jednym z największych wydawnictw specjalistycznych w Niemczech. W 2020 roku Grupa osiągnęła roczną sprzedaż na poziomie około 94 milionów euro i obecnie zatrudnia prawie 1100 osób w Europie, Azji, Ameryce Północnej i Australii. Firma koncentruje się na dostarczaniu informacji istotnych dla klientów biznesowych, na szkoleniach zawodowych, a także czasopiśmie, publikacjach tematycznych i wydarzeniach dla klientów końcowych.





O kliencie

Nasza współpraca rozpoczęła się w lutym 2020 roku i wciąż trwa! **FMG zwróciło się do nas z potrzebą wsparcia w pozyskiwaniu leadów za pomocą kampanii LinkedIn Ads w obszarze M&A z krajów całego świata** – m.in. z USA, Wielkiej Brytanii, Kanady, Francji, Hiszpanii, Austrii, Niemiec, Skandynawii, Rumunii, Słowacji czy Czech. M&A to skrót od “Mergers and Acquisitions”, czyli w dosłownym tłumaczeniu “fuzje i przejęcia”.

O kliencie

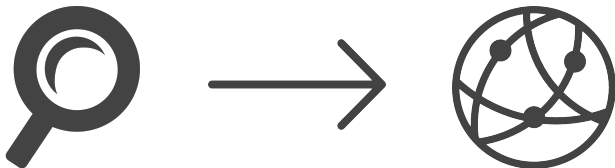
Priorytetem dla Forum Media Group było prowadzenie działań z obszaru M&A, polegających na poszukiwaniu firm medialnych/rodzinnych, zainteresowanych naturalną sukcesją i spełniających ściśle określone warunki.

Wyróżnikiem FMG jest wysoko rozwinięta kultura organizacyjna i wyznawane wartości, oparte o zasady sprawiedliwej współpracy. Kupując firmę zainteresowaną naturalną sukcesją, Forum Media Group nie zmienia lokalnych brandów, nie zwalnia jej pracowników oraz współpracuje z byłymi właścicielami, którzy zazwyczaj stają się udziałowcami mniejszościowymi. Spółka w ten sposób pokazuje szacunek dla przejętej firmy oraz osób zaangażowanych w jej dotychczasowy rozwój.



Wyzwania

W momencie nawiązania kontaktu z naszą agencją, FMG nie korzystało wcześniej z kampanii LinkedIn Ads. Jak już wspomnieliśmy, **wyznaczonym celem działań 4PEOPLE było dostarczenie leadów z obszaru M&A z różnych krajów.**



Do momentu startu kampanii, w FMG pozyskiwał takich klientów dedykowany pracownik, wyłącznie korzystając z zalet kontaktu bezpośredniego (telefony, e-maile i rozmowy online). **Firmy potencjalnie zainteresowane współpracą oraz dane kontaktowe do osób decyzyjnych wyszukiwał poprzez ręczny research, co było czasochłonne.**

Wyzwania

Największą trudnością w procesie pozyskiwania leadów było spełnienie przez firmę zainteresowaną naturalną sukcesją bardzo konkretnych kryteriów, aby została ona uwzględniona przez FMG jako potencjalny partner do współpracy.

Wyzwaniem była więc odpowiednia optymalizacja kampanii oraz treści komunikatu reklamowego. Bez tego istniało ryzyko, że nie uda się pozyskać zakładanej liczby wartościowych leadów.

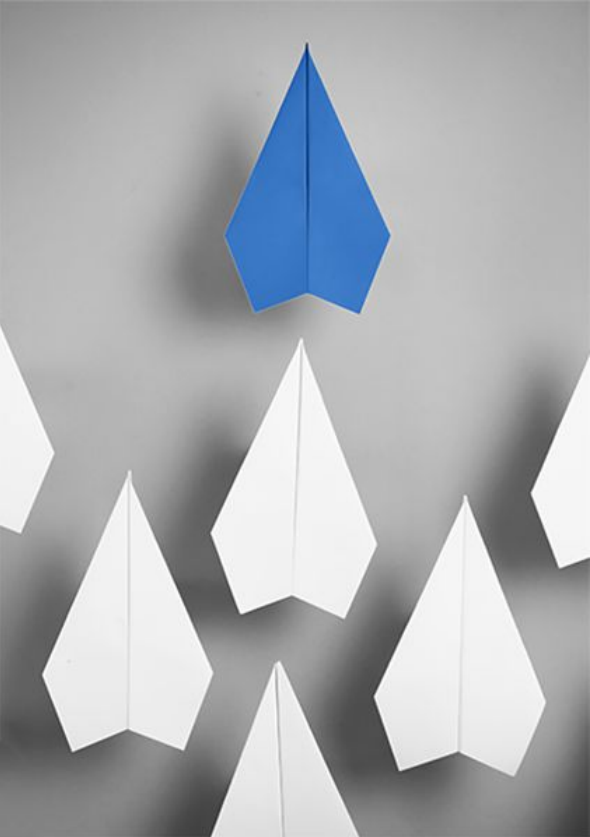


Rozwiązania

Działania rozpoczęliśmy więc od kilku spotkań z klientem, aby lepiej zrozumieć dotychczasowy model pozyskiwania leadów przez FMG w obszarze M&A – a w rezultacie móc precyzyjnie zidentyfikować potrzeby.

To pozwoliło nam określić strategię pozyskiwania leadów za pomocą kampanii LinkedIn Ads. Przeprowadziliśmy wiele testów A/B na różnych rynkach i **na podstawie wyników analizy wskazaliśmy, że najefektywniejszym rozwiązaniem będzie wykorzystanie formatów Message Ads oraz treści sponsorowanych.**





Rozwiązania

W trakcie testów oraz właściwej kampanii opracowaliśmy treściwy i czytelny komunikat reklamowy – jego celem było ograniczenie kontaktu ze strony osób, które były zainteresowane naturalną sukcesją, ale nie spełniały kryteriów FMG. **Przełożyło się to na wyższy koszt pozyskania leada, natomiast gdy już go pozyskaliśmy, był on bardzo wartościowy dla klienta – tzw. gorący lead.** Warto zaznaczyć, że leadem była osoba chętna do sprzedaży firmy, więc transakcje opiewały na kwoty liczone w setkach lub milionach złotych. W porównaniu z takimi stawkami wyższy **koszt pozyskania leada był tak naprawdę bardzo niski, analizując potencjalny zysk dla Forum Media Group.**

Efekty



Efekty naszej pracy obrazują sukces całej kampanii – **pozyskaaliśmy dla klienta w krótkim czasie setki bardzo wysokiej jakości leadów z różnych krajów.** Kluczem do sukcesu była ciągła optymalizacja kampanii. W trakcie jej trwania zmieniliśmy naszą grupę docelową – z właścicieli firm na pośredników specjalizujących w obszarze M&A. To przełożyło się zarówno na wzrost CPL, jak i przede wszystkim na wyższą jakość leadów, ponieważ **precyzyjnie trafialiśmy do naszej grupy docelowej.** Świadczą o tym statystyki:

Średni procentowy współczynnik otwarć wiadomości Message Ads:

66,32%



Współczynnik wypełnienia otwartych formularzy leadowych:

44,74%



Efekty

Lepiej niż same dane obrazuje to sytuacja klienta – dostarczyliśmy tak wiele wartościowych leadów, że w konsekwencji zdecydowaliśmy się wraz z FMG o... chwilowym zawieszeniu kampanii. Powód?

Osoby decyzyjne w Forum Media Group potrzebują czasu, aby doprowadzić do końca procesy kontaktu i realizacji transakcji z pozyskanymi już leadami.



Podsumowanie

Niezwykle istotnym czynnikiem w całym procesie było doświadczenie klienta i know-how w obszarze M&A. Jego wskazówki i znajomość grupy docelowej, w połączeniu z naszą wiedzą odnośnie prowadzenia i optymalizacji kampanii LinkedIn Ads spowodowały, że wspólnie osiągnęliśmy tak dobre wyniki. Jest to modelowy przykład, że dobra współpraca na linii klient - agencja marketingowa jest przepisem na sukces w działaniach marketingu internetowego.



4PEOPLE
WYŻSZY POZIOM
MARKETINGU



**Jest to modelowy przykład,
że dobra współpraca na
linii klient
- agencja marketingowa
jest przepisem na sukces
w działaniach marketingu
internetowego.**