



Über Brand Awareness zu mehr Leads

Hauptsitz: Nottingham, England | Beschäftigte: 501–1.000 | Branche: Softwareentwicklung

Ausgehend von einer Brand-Awareness-Kampagne gelang es dem Team von MHR, gezielt Entscheider:innen aus den Bereichen HR, Buchhaltung und Finanzen anzusprechen und als Leads zu gewinnen. Die Ergebnisse:

1,5 Mio.+

erreichte
Einzelpersonen

+68 %

größeres
Lead-Volumen

-74 %

geringere
Kosten pro Lead

Vorgehensweise:

- **Gezielte Lead-Generierung:** Retargeting von Zielgruppen einer Brand-Awareness-Kampagne und präzise Definition von Zielgruppen basierend auf benutzerdefinierten Segmenten, LinkedIn Gruppen und Kenntnissen, statt nur Jobbezeichnungen und Tätigkeitsbereichen
- **Vertikaler Ansatz:** Fokus auf die Optimierung von Anzeigen für Mobilgeräte, da eigenen Daten zufolge 71 % der Klicks auf bezahlten Content von Mobilgeräten stammten
- **Ansprechende Anzeigenformate:** Überzeugende Single Image Ads für Brand Awareness im TOFU-Bereich; Conversation Ads und Single Image Ads mit Lead Gen Forms für die Lead-Generierung im BOFU-Bereich

„ Gerade auf einem wettbewerbsintensiven Markt wie dem unserem spielt eine starke Marke eine entscheidende Rolle. Unsere Investitionen in die Stärkung unserer Markenidentität und eine effektive Awareness-Kampagne auf LinkedIn zahlen sich bereits aus. Unser Lead-Volumen stieg um 68 %, unsere Kosten pro Lead sanken um 74 % und wir konnten sogar ein neues Segment an Finanzexpert:innen erschließen – und das einfacher und kosteneffizienter denn je. “



Jordan Rowson
Social Media Manager, Paid Media
MHR

