La personalización basada en datos aumenta 7 veces el rendimiento de la inversión en marketing en LinkedIn

gorgias

Sede central: California, Estados Unidos | **Número de empleados:** 51 – 200 | **Sector:** software

Reto

- Segmentar a posibles clientes del sector del comercio electrónico con campañas de respuesta directa personalizadas para mejorar las oportunidades de venta
- Hacer retargeting y acercarse a públicos interesados con contenido que dé a conocer la marca y el producto para generar demanda a largo plazo

Solución

- Se integró el Administrador de campañas con Hightouch.io, una plataforma de activación de datos, y Dreamdata, una plataforma de asignación de ingresos, y su propio almacén de datos
- Se dio seguimiento a más de veinte señales de intención de compra para poner en marcha automáticamente una campaña de marketing con anuncios en conversación personalizados
- Se llegó a públicos en la fase inicial del proceso de marketing con mensajes de marca, contenido que diera a conocer el producto e historias de clientes
- Se supervisó la adopción de cuentas nuevas y la tasa de interacción para evaluar el avance de los posibles clientes en el proceso de venta

Resultados

- x 7 rentabilidad, 80 % de tasa de apertura en anuncios de conversación, 60 % de tasa de envío de formularios de generación de contactos

«Al combinar nuestros datos con las integraciones de socios de LinkedIn, pudimos analizar una serie de señales de intención de compra y poner en marcha campañas altamente personalizadas dirigidas a los públicos adecuados en el momento más oportuno. Gracias a esto, en 2021, creamos una cartera de clientes que valía 7 veces nuestro gasto en marketing.»

Maxime Sutra
Responsable de marketing de crecimiento y generación de demanda
Gorgias