

07.06.2017 - 14:53 Uhr

Neue Marketing Produkt-Suite: Gezieltes Retargeting und bessere Lead Generation auf LinkedIn

München (ots) -

Karriere-Netzwerk stellt neue Marketing-Lösungen vor // Matched Audiences erlaubt Retargeting vorhandener Kontakte // Lead Gen Forms erleichtert Sammlung und Verwaltung hochwertiger Leads

LinkedIn stellt mit Matched Audiences und der Lead Gen Form zwei neue, für die deutschsprachige Region entwickelte Marketing-Lösungen vor. Matched Audiences erlaubt ein zielgenaueres Retargeting an Kontakte auf LinkedIn. Lead Gen Form ist die mobile Marketing-Lösung rund um die effizientere Erstellung und Verwaltung von Lead-Sammlungen, mit der Marketing-Mitarbeiter qualitativ hochwertigere Leads aus Sponsored Content-Kampagnen generieren können. Die Lösung ergänzt das 2016 vorgestellte LinkedIn Ad-Conversion-Tracking.

"Mit unseren neuen Lösungen helfen wir Marketing-Verantwortlichen dabei, ihre Zielgruppen genauer anzusprechen und zu halten", sagt Alexandra Kolleth, Direktorin für den Bereich Marketinglösungen und Mitglied der Geschäftsleitung LinkedIn Deutschland, Österreich, Schweiz. "Dabei hilft unsere genaue Kenntnis der demographischen Daten unserer Nutzer wie Beruf und Position im Unternehmen, um relevante Kontakte zu identifizieren und Zielgruppen passgenau einzugrenzen. Dies wiederum schafft hochwertige Leads, wodurch die CPL sinkt."

Zielgruppengenaues Retargeting mit Matched Audiences

Die Retargeting-Funktion Matched Audiences erlaubt die Ausspielung zielgenauer Werbeeinhalte an Webseitenbesucher und bestehender Kontakte in der Kundendatenbank. Die Funktion lässt sich mit LinkedIn-Werbeformaten wie Sponsored Content und InMails kombinieren.

Folgende Funktionen stehen dabei zur Verfügung:

- Webseiten-Retargeting: Besucher der eigenen Webseite können auf LinkedIn erneut angesprochen werden. Nach dem Besuch bestimmter Produktseiten kann darauf abgestimmter Sponsored Content an die jeweiligen LinkedIn-Nutzer ausgespielt werden.
- Kontakt-Targeting: Diese Funktion erlaubt das Hochladen eigener Email-Listen oder den Import von Kontaktlisten über Marketo, Eloqua oder Liveramp. Anhand dieser Listen lassen sich spezifische Zielgruppen besser einteilen.
- Account-Targeting: Eigens selektierte Firmenlisten können mit den Firmen auf LinkedIn abgeglichen werden, um anhand der hinterlegten demographischen Daten die richtigen Entscheidungsträger im Unternehmen anzusprechen.

Nach einer sechsmonatigen Testphase mit mehr als 370 Teilnehmern und über 2.000 aktiven Kampagnen konnte bei allen drei Funktionen durchschnittlich eine Steigerung der Conversion Rate zwischen 30 und 37 Prozent nachgewiesen werden. Zudem sanken die Konversionskosten beim Webseiten-Retargeting und beim Account-Targeting um 14 bzw. 5 Prozent.

Hochwertige Leads mit der Lead Gen Form

Die Lead Gen Form ersetzt lästige und umständliche Kontaktformulare für Content-Seiten. Nach dem Klick auf Anzeigen öffnet sich ein Kontaktformular, das bereits die bei LinkedIn hinterlegten Daten des Nutzers beinhaltet. Die einfache Handhaba vereinfacht die Ansprache hochwertiger Leads und hilft Inhalte noch besser zu verkaufen.

Weitere Vorteile:

- Effektivere Content-Kampagnen: Das Pilot Projekt zeigte, dass 90

Prozent der 50 Kunden die CPL- (Cost-per-Lead) Ziele übertrafen und im Vergleich zu den üblichen Content-Kampagnen den CPL sogar senken konnten.

- Exakte Messung des ROI: Das Berichterstattungs-Tool, der LinkedIn Campaign Manager, zeichnet die Daten aus beispielsweise den CPL und die Formular-Ausfüllrate genau auf. Dank der genauen Wiedergabe der Ergebnisse können dementsprechend präzisere Maßnahmen für kommende Kampagnen gestaltet werden. Demnächst werden auch demografische Berichte miteinbezogen, welche die genaue Anzahl der Leads aus bestimmten Zielgruppensegmenten anzeigen.

- Einfache Verwaltung von Leads: Die Leadlisten aus dem Campaign Manager können von den Partnern Driftrock und Zapier heruntergeladen werden. Durch den Zusammenschluss mit fünf Partnern (Marketo, Eloqua, Dynamics, Zapier und Driftrock) ist es nun auch möglich, die Lead-Daten direkt an deren Konten zu senden. Damit können Leads in Echtzeit angesprochen und die Lead-Listen besser aktualisiert werden.

Da 80 Prozent der Kundenakquise über Sponsored Content mittlerweile mobil geschieht, wird zuerst eine mobile Version der Lead Gen Form auf den Markt kommen. Eine Desktop-Version wird in naher Zukunft folgen.

Bildmaterial: Alexandra Kolleth, Direktorin Marketing Solutions und Mitglied der Geschäftsleitung LinkedIn Deutschland, Österreich, Schweiz [<http://ots.de/hwJDi>]

Über LinkedIn

LinkedIn vernetzt weltweit Fach- und Führungskräfte und hilft ihnen dabei, produktiver und erfolgreicher zu sein. Zudem verbessert das Karrierenetzwerk nachhaltig die Rahmenbedingungen für Personalsuche, Marketing und Vertrieb. LinkedIns Vision ist der Economic Graph, ein globales Netzwerk von qualifizierten Fachkräften, das jedem Mitglied neue Karrierechancen eröffnen kann. LinkedIn hat insgesamt mehr als 500 Millionen Mitglieder. In der Region Deutschland, Österreich und Schweiz erreichte LinkedIn im Oktober 2016 neun Millionen Mitglieder. 29 der 30 deutschen DAX-Unternehmen setzen auf LinkedIn Produkte.

Kontakt:

LinkedIn Deutschland, Österreich, Schweiz
Gudrun Herrmann
E-Mail: gherrmann@linkedin.com
Twitter: @LinkedInDACH / Facebook: LinkedIn DACH
LinkedIn: <http://de.linkedin.com/in/gudrunherrmann>

Hotwire PR
Anna Schroth
Tel.: +49 89 262 08 189
E-Mail: anna.schroth@hotwirepr.com
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/annaschroth/>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011749/100803394> abgerufen werden.