

品牌合作创新实现共赢

IBM中国在领英的社交媒体营销创新实践

概要

营销目标

- 提高IBM在营销自动化领域的品牌认知度
- 通过内容营销扩大市场触及面，从而塑造行业思想领导力
- 获取高质量销售线索，缩短销售转化周期

营销策略

- 借助领英营销解决方案全方位培育和影响目标客户
- 利用领英实时数据分析工具追踪优化活动成效
- 与领英从广告业务到品牌层面立体化合作扩大品牌影响力

背景

IBM营销团队在中国积极探索多方位前沿的营销手段。在此过程中，IBM面临的一大挑战是寻找合适的营销合作伙伴，共同实现扩大品牌在中国市场的声量，影响最相关的商业决策群体，并实现销售转化的目的。

在综合评估诸多营销媒介后，领英凭借其其在B2B营销场景中的独特优势从众多媒介中脱颖而出：

1 作为全球领先的职业社交媒体，领英汇聚了大量IT采购决策人群，是IBM的潜在目标客户群体。

2 基于领英平台的第一手真实职场数据和丰富的多维度广告定向方式可使IBM快速识别并精准触达最相关的商业决策群体。

3 领英高效专业的商务沟通环境有助于IBM提升内容的有效性，更好地实现其内容营销培育市场、教育目标客户的目的。

多产品组合缩短目标客户决策周期

由于B2B采购的决策周期较长，领英营销解决方案的广告产品组合使IBM能够在营销漏斗的不同阶段持续影响目标客户。

- 利用IBM的领英公司主页（Company Page）持续投放高质量内容，积累关注者，从而打造IBM在领英上的品牌阵地，培养潜在目标客户对IBM品牌的认知。
- 利用领英企业推广内容（Sponsored Content），将具有价值的思想领导力内容推送给处于购买旅程中不同阶段、不同行业、不同级别等的目标客户，迅速树立他们对IBM的信任，从而缩短决策周期。
- 通过领英推广InMail（Sponsored InMail）与购买旅程末端高价值目标客户进行直接个性化沟通，利用领英值得信赖的职场沟通环境的特点最大程度获取目标客户的关注，从而促成最终的转化。
- 在转化环节采用领英销售线索表格（Lead Gen Forms）的一键自动填写功能，快速收集准确的客户信息，有效增加客户转化率。



IBM
4,058,631 followers
10mo

市场机遇稍纵即逝，能够看到买家的“买买买”轨迹，减少他们的阻碍，卖家就能赚得盆满钵溢！听说玛莎百货有一双“慧眼”，能快速识别和化解难题，挽回销售机会，“它”是什么来头？<https://lnkd.in/esQtFXs>

IBM Tealeaf
我懂你的 TA
即刻点击，一探究竟

IBM
4,058,626 followers
9mo

“挑选-下单-结算”，线上购买保险真能三步完成？无法支付、浏览器报错，谁来拯救糟糕的客户体验？！数百个投诉，24小时搞定！英国保险公司“LV”告诉你完美客户体验的正确打开方式！<https://lnkd.in/f6RqZBW>

IBM Tealeaf CEM
客户体验洞察家
即刻点击，开启完美客户体验

面向零售、保险行业客户精准推送案例，创意、文案直击行业痛点，打动相关行业客户

实时数据分析工具衡量及优化营销成效

借助领英转化追踪工具（LinkedIn Conversion Tracking）并结合IBM的后端数据，IBM能够深入分析推广活动从曝光到商机各个环节的成效，以此为基础快速对活动创意进行测试和优化，探索出更为有效的执行方案。经过近一年的探索，IBM在领英平台的广告投放效果上取得可喜的成果。与领英平台上中国范围内广告投放的平均水准相比，IBM企业推广内容的——

点击率达到平均水平的

2.5倍

互动率为平均水平的

1.5倍

“LinkedIn Marketing Solutions提供的完善的企业级用户画像帮助我们实现了针对不同行业、不同地域和不同职能客户的个性化内容精准投放；其基于实时竞价模型的多样化广告投放方案使我们的营销活动更加敏捷和高效。”

张坤

IBM大中华区市场营销总经理

合作模式创新实现1+1>2的品牌效应

除广告业务合作以外，IBM也与领英营销解决方案团队面向中国的市场营销从业者展开一系列品牌合作活动，如在北京、上海、深圳举办的三场“当社交媒体遇见营销自动化”研讨会、与哈佛商业评论联合举办的“数字时代的赢销家”公开课等。

作为拥有3,900万中国用户的职业社交平台和掌握前沿营销自动化技术的科技公司，领英营销解决方案与IBM在营销服务上的结合为中国市场营销从业者提供了具有前瞻性端到端的营销实践建议，带来了实际的价值。此外，双方联合的品牌活动也超越广告业务层面，为B2B品牌开创了新的合作模式，实现了1+1>2的共赢局面。

LinkedIn Marketing Solutions

销售热线：400 010 6277 | cn.marketing.linkedin.com | lmscn@linkedin.com

版权所有 © 2018 LinkedIn Corporation保留所有权利。LinkedIn, LinkedIn 标志以及InMail 均为LinkedIn Corporation 的注册商标。其他品牌和产品名称均归属各自所有者。



领英营销官
最具洞察力的营销咨询平台
微信号：LinkedInCMO