

Come Creare una Campagna di Lead Generation su LinkedIn con HubSpot

HubSpot permette di creare campagne pubblicitarie per social media direttamente dall'interfaccia del software, importando i contatti senza mai dover uscire dalla piattaforma. Questa opzione è particolarmente interessante per la creazione di **campagne di lead generation su LinkedIn**, uno dei canali attualmente più usati da professionisti che operano in svariati ambiti. Guardiamo come fare.

Integrare LinkedIn a Hubspot e Importare i Contatti

[È un'operazione semplice e immediata](#) attraverso il download e l'installazione delle app disponibili nel marketplace. Clicca sull'icona in alto a destra e, una volta sulla pagina delle applicazioni, seleziona una di queste tre opzioni:

1. LinkedIn

Per pubblicare direttamente da HubSpot, visualizzare le performance dei tuoi post e gestire il tuo calendario editoriale.

2. LinkedIn ADS

Per gestire le tue campagne, visualizzare i risultati e gestire i lead con HubSpot.

3. LinkedIn Sales Navigator

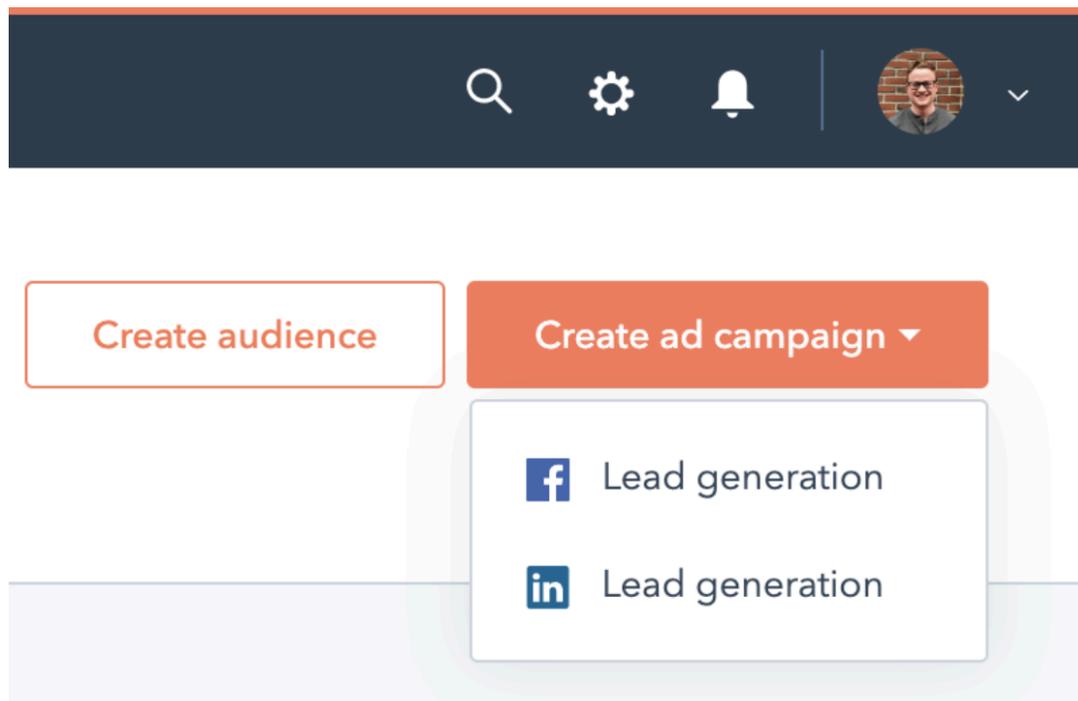
L'integrazione più potente - a pagamento - che ti permetterà di sfruttare al massimo tutte le funzionalità di Sales Navigator (InMail, Icebreakers, Get Introduced, Related Leads).

La differenza tra le tre opzioni sta nel grado di complessità, e nel **ventaglio di possibilità offerte** da ciascuna di essa. Chiaramente, l'integrazione della sola app di LinkedIn sarà la più limitata, ma anche la più semplice ed intuitiva, consigliata a chiunque necessiti solo di funzioni di base come la programmazione e la pubblicazione di post.

LinkedIn ADS offre qualche funzionalità in più, risultando comunque abbastanza intuitivo anche agli utenti meno esperti. LinkedIn Sales Navigator, invece, offre opzioni avanzate per massimizzare l'investimento sull'uso di LinkedIn e Hubspot, permettendo di gestire le tue attività di comunicazione e **monitorarne i risultati in maniera professionale**, richiedendo tuttavia quindi un po' di esperienza nell'utilizzo della piattaforma.

In ogni caso, sarà possibile **importare i contatti di LinkedIn direttamente su HubSpot**, utilizzando l'app a pagamento di Sales Navigator o un'app gratuita come, ad esempio, LinkPort, che potrete sempre scaricare dal marketplace.

Come Procedere



Guardiamo come pianificare e pubblicare campagne pubblicitarie a pagamento su LinkedIn per promuovere i tuoi contenuti. Questa operazione è estremamente utile a chiunque debba condividere ricerche di mercato, case studies, whitepaper, webinar, e in generale contenuti di tipo didattico o promozionale per **promuovere se stesso o il proprio brand**.

Il processo di creazione di campagne di lead generation tramite HubSpot è molto simile per quanto riguarda [LinkedIn e Facebook](#). Vi basterà entrare nel pannello di creazione ads e selezionare la creazione di una nuova campagna di lead generation per il social di vostro interesse. Nello specifico, oggi ci concentreremo su LinkedIn; tuttavia, la procedura per la pubblicazione di campagne per Facebook è quasi identica, presentando la maggior parte delle differenze solo nelle opzioni offerte per la targetizzazione.

1. Crea la tua Campagna

Naviga fino alla sezione [Ads dell'Hub Marketing](#). Clicca sulla creazione di una nuova campagna e seleziona Lead Generation affiancato dal logo di LinkedIn. A questo punto dovrai configurare i contenuti dell'ads così come le opzioni di targeting.

Partiamo dal primo pannello, quello relativo ai contenuti.

- Seleziona l'**account**;
- Seleziona la **pagina**;
- Dai un **nome** alla tua campagna;
- Inserisci l'**URL**;
- Scegli un'immagine o un video per l'**anteprima**;
- Inserisci il **copy** della tua campagna;
- Scegli un **headline** accattivante;
- Inserisci una **Call to Action** adeguata.

Dovrai anche selezionare un form, scegliendo tra uno creato in precedenza o creandone uno ad hoc per la tua campagna. Il form includerà un link alla tua privacy policy e un checkbox per il consenso al trattamento dei dati. Dopo aver creato l'annuncio e scelto il form, potrai visualizzare l'anteprima del tuo ad.

A questo punto dovrai spostarti sul pannello di destra, scegliendo come targettizzare i recipienti della campagna. Potrai scegliere tra informazioni quali il **datore di lavoro**, la **posizione lavorativa**, la **geolocalizzazione** del tuo audience, i loro **interessi** e molto altro. È importante che la tua campagna possa raggiungere solamente le persone giuste, così da prevenire lo spreco di risorse su ads poco mirati e con scarse probabilità di conversione.

2. Definisci il Target

The image shows a user interface for targeting an audience. At the top, there is a 'Location *' section with a search box containing 'Add location' and a magnifying glass icon. Below this is the 'Interests/Behaviors/Demographics' section, which has a 'Search' dropdown menu. A search box with the placeholder text 'Select category' and a magnifying glass icon is open, displaying a list of categories: 'Companies with one degree of connection', 'Current employer', 'Current title', 'Degree', 'Employer', and 'Field of study'. The 'Current title' option is highlighted with a light blue background. To the right of the interface is a vertical grey bar.

Un aspetto tanto importante quanto la qualità del tuo ad, è la **specificità dei tuoi parametri di targeting**. È fondamentale partire da uno studio approfondito del tuo target audience e delle demografiche con cui hai maggiori probabilità di successo, così da evitare lo spreco di tempo e risorse su contatti poco ricettivi e lead dalle scarse probabilità di conversione.

Puoi **selezionare un audience che hai salvato in precedenza**, qualora tu stia pianificando una campagna mirata a una demografica con la quale sei solito comunicare. Alternativamente, seleziona la creazione di un nuovo pubblico e specifica parametri di interesse quali la nazione, la città, ecc..

I parametri da scegliere saranno differenti a seconda della piattaforma che stai utilizzando (LinkedIn o Facebook), permettendoti di selezionare diverse informazioni come il range di età, la posizione lavorativa, il settore d'impiego, datore di lavoro, ecc. Potrai anche **scegliere categorie da escludere**, qualora questo dovesse essere più veloce di elencare tutte le demografiche da includere nel tuo target audience.

Questo tipo di cura per la creazione di una campagna vi permetterà di ottenere lead qualitativi usando form semplici e veloci, direttamente tramite HubSpot, senza mai dover lasciare la piattaforma. Gli ads di lead generation sono una **componente essenziale per ogni strategia di Inbound Marketing**, posizionandosi come contenuti contestualizzati e non intrusivi o fastidiosi.

A questo punto rimarrà da selezionare il periodo della tua campagna e il budget che hai deciso di allocarvi, prima di pubblicarla definitivamente o salvarla come bozza così da tornarvi in un secondo momento.

5 vantaggi dell'usare LinkedIn e Hubspot insieme

1. Un'unica interfaccia senza dovere passare da un software all'altro

Un vantaggio che permette di risparmiare tempo e canalizzare lo sforzo necessario all'apprendimento dell'uso di una singola piattaforma anziché dovere familiarizzare con più di una. Questo ti permetterà di concentrare il tuo tempo e le tue risorse sullo studio di campagne efficaci rispetto al tuo target audience, nonché sulla segmentazione stessa del tuo pubblico, creando **contenuti specifici e qualitativi** che accompagnano le diverse demografiche di tuo interesse durante il loro customer journey.

Il [journey-based advertising](#) è una forma di marketing che riguarda la targettizzazione del pubblico e la creazione di contenuti rilevanti rispetto proprio rispetto al loro buyer's journey, permettendo di sviluppare strategie efficaci che promuovono un'esperienza utente coinvolgente, favorendo interazione, condivisione e conversione.

Creare strategie di marketing personalizzate rispetto al tuo pubblico e alle sue esigenze significa creare un'esperienza pubblicitaria utile e persino piacevole per gli utenti. Gestire la pianificazione tramite il [CRM di HubSpot](#), incorporando il percorso di conversione direttamente all'interno di LinkedIn, è il modo migliore per ridurre il numero di passaggi e aumentare il proprio ROI.

2. Liste contatti organizzate in base agli utenti e agli obiettivi della campagna

Gestire tutte le attività all'interno di un'unica piattaforma permette di avere **una visione più completa dell'esperienza complessiva del cliente**, grazie a una reportistica dettagliata e a un risparmio di tempo che si converte immancabilmente nell'analisi e nell'ottimizzazione delle tue campagne, della targettizzazione e dei risultati in generale.

La creazione di Lead Generation Ads tramite le estensioni LinkedIn all'interno della suite HubSpot permette di **costruire liste contatti partendo da qualsiasi informazione**, pianificando campagne mirate contestualmente alla demografica di interesse e agli obiettivi della tua attività.

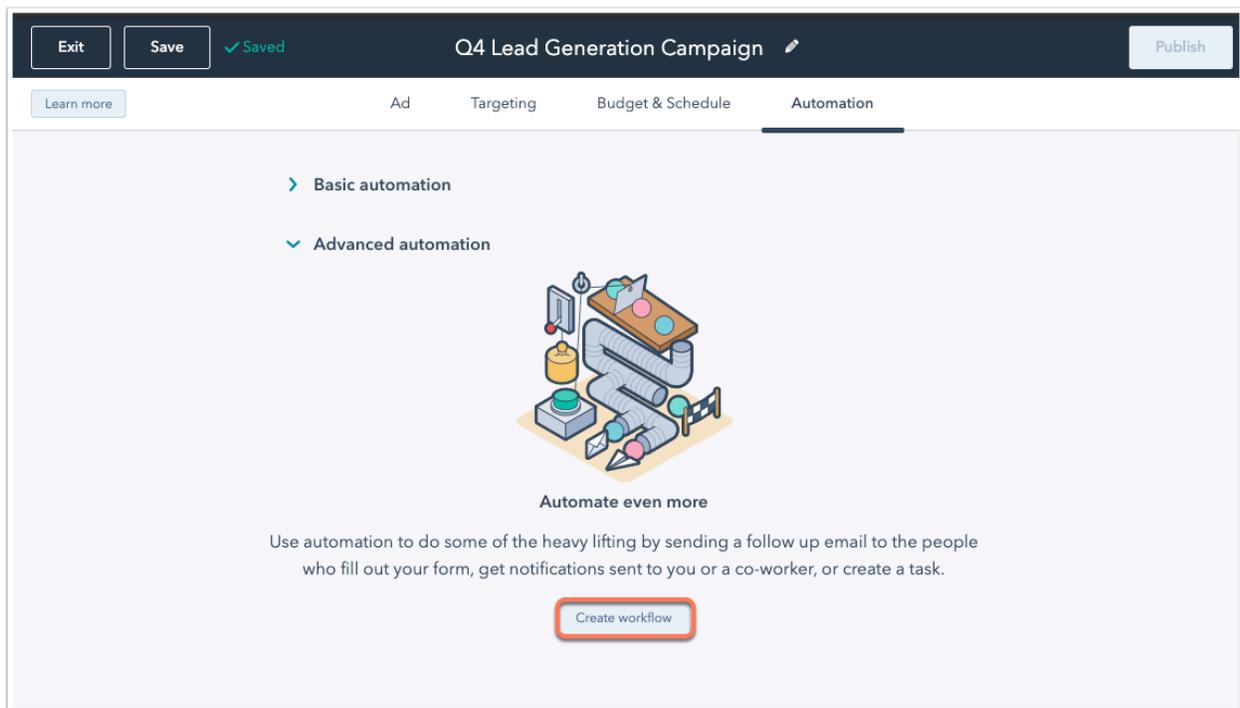
3. Lead nurturing per mantenere le relazioni con i nuovi contatti

Sincronizza automaticamente i lead generati tramite LinkedIn su HubSpot, consentendo ai team di vendita e marketing di seguire adeguatamente i nuovi contatti, assicurandosi di massimizzare le probabilità di conversione. Potrai anche allineare le campagne pubblicitarie LinkedIn ad altre attività quali email marketing e creazione di contenuti (ad esempio blog),

mantenendo il pieno controllo dell'esperienza utente e del customer journey su tutti i tuoi canali, all'interno di un'unica piattaforma, garantendo una coerenza comunicativa altrimenti difficilmente ottenibile.

4. Automazione dei processi

Mano a mano che gli utenti rispondono ai tuoi annunci, questi saranno **automaticamente sincronizzati all'interno del CRM di HubSpot**, senza bisogno di esportare lead manualmente da LinkedIn.



Il pannello relativo all'automazione ti permette inoltre di impostare diverse azioni, così che siano provocate automaticamente dal verificarsi di determinate condizioni. Potrai quindi impostare flussi di lavoro prima di pubblicare il tuo annuncio, così che **qualsiasi attività di follow-up sia automaticamente implementata** non appena un lead verrà sincronizzato al tuo account HubSpot da LinkedIn.

L'automazione non significa solamente un risparmio di tempo, ma anche **una risposta tempestiva a tutti i nuovi lead**, senza mai dimenticarsi di nessun nuovo contatto e offrendo a ciascuno di essi un'esperienza utente qualitativa, coinvolgendoli e contattandoli prima il loro interesse svanisca o sia attirato dai servizi di un competitor. In molti casi, un contatto immediato farà la differenza tra una conversione e un'occasione persa.

5. Reportistica e statistiche

Click, impressioni e lead, da soli, non garantiscono alcun ritorno sull'investimento. La gestione di campagne su HubSpot ti permette di **monitorare dati rilevanti e specifici** che forniscono una visione chiara dei risultati, per aiutarti a trarre conclusioni importanti e affidabili sul ROI del tuo business e sulla gestione delle prossime operazioni alla luce di quanto analizzato.

Genera e gestisci rapporti dettagliati sui risultati dei tuoi annunci, restando sempre all'interno della suite HubSpot. Monitorare l'acquisizione di lead, il tasso di conversione, le interazioni e tutte le informazioni relative all'efficienza delle tue campagne ti permetterà di correggere gli errori e migliorare le prossime campagne, [massimizzando il ROI del tuo marketing](#), segmentando più accuratamente le pubblicazioni e creando contenuti su misura rispetto alle esigenze del tuo target audience.

L'unico tipo di marketing efficace e sostenibile sul lungo termine è quello basato sull'analisi dei dati, spesso chiamato **Data-Driven Marketing**. Affidarsi a semplici supposizioni o intuizioni difficilmente porterà a risultati concreti, con il rischio di sprecare tempo e denaro su campagne inutili o addirittura controproducenti dal punto di vista comunicativo.

In Conclusione

L'integrazione di LinkedIn all'interno della suite HubSpot permette di **risparmiare una considerevole quantità di tempo** e **incrementare la quantità e la qualità delle informazioni** disponibili nella reportistica relativa al monitoraggio delle tue campagne; tutto senza mai dover passare da una piattaforma all'altra.

Questo dà la possibilità a te e alle tue risorse di **concentrarsi sulla creazione di contenuti qualitativi**, sulla **segmentazione delle tue attività di marketing** e sull'**analisi dei dati** che ti permette di fare entrambe queste cose in maniera efficace, massimizzando il ritorno sull'investimento ed evitando di perservare nella pubblicazione di ads incapaci di convertire.

Il marketing deve inevitabilmente basarsi su dati concreti, così da correggere gli errori del passato e migliorare i risultati delle tue prossime campagne. **HubSpot ti permette di operare secondo i principi del Data-Driven Marketing**; inoltre, siccome ti troverai a sponsorizzare i tuoi contenuti su una serie di canali e piattaforme (LinkedIn, Facebook, email, sito, motori di ricerca, ecc.), il vantaggio del **gestire tutto all'interno di un unico software** non può essere ignorato.

Potrai comunicare efficacemente con clienti e prospecti, creando annunci altamente personalizzati che raggiungono le persone giuste al momento giusto, automatizzando inoltre molte delle tue operazioni, così da risparmiare ulteriormente tempo e garantire il **massimo ritorno sull'investimento**.

Sarai anche in grado di **monitorare in tempo reale i risultati delle tue attività** grazie a una reportistica dettagliata e altamente specifica, che prende in considerazione gli aspetti più importanti per calcolare il tuo ROI reale.

Collegare l'account è estremamente semplice, così come attivare il monitoraggio degli annunci. **Non dovrai più preoccuparti di importare o esportare manualmente contatti o reportistica**, e di rispondere personalmente a ciascuna interazione degli utenti con i tuoi contenuti.

La possibilità di operare su diversi canali all'interno di un'unica piattaforma ti permette anche di avere una visione d'insieme di tutte le tue attività, **garantendo la massima coerenza comunicativa dei tuoi contenuti** su social media, motori di ricerca, siti web, landing page, blog, email, ecc. Strutturare un piano di marketing coerente al tono del brand e agli obiettivi dell'azienda sarà più semplice e veloce.

Ti sembra troppo bello per essere vero? Troppo complesso da configurare autonomamente? Non c'è problema. **Contattaci per una consulenza gratuita e senza impegno**. Saremo felici di discutere le prospettive di implementazione delle nostre comprovate strategie di Inbound Marketing, anche per quanto riguarda l'integrazione di LinkedIn ad Hubspot. Siamo sicuri di poterti aiutare a **massimizzare il tuo ritorno sull'investimento e accelerare la tua crescita online** grazie a una comunicazione e a un piano di marketing efficaci.