





# O kliencie

---



Coders Lab to założona w 2013 roku **największa polska szkoła IT**, która zmienia rynek kształcenia specjalistów IT w naszym kraju. Z jej intensywnych, pełnych wartościowej wiedzy i umiejętności kursów skorzystało już ponad **4300 osób w 9 polskich miastach**.

Kursy Coders Lab przede wszystkim **dają szansę na zdecydowanie lepiej płatną pracę**, co jednocześnie odpowiada ogromnemu zapotrzebowaniu rynku na specjalistów z branży IT.





# Fundacja Możesz ITy

Ponadto Coders Lab stworzyło **Fundację Możesz ITy**, w ramach której organizuje podopiecznym domów dziecka i pieczy zastępczych darmowe kursy z programowania, co pozwala im na zdobycie kluczowych umiejętności przed wejściem w dorosłe, samodzielne życie.





# Wyzwania

---



Coders Lab to ambitna, polska firma, której następnym krokiem w rozwoju jest ekspansja zagraniczna.

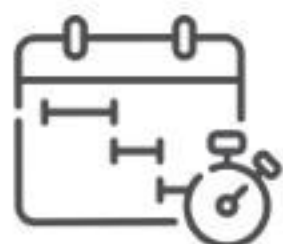
W związku z tym nasz klient próbował wejść na rynek hiszpański. **Jednym z głównych kanałów**, z pomocą którego Coders Lab chciało odszukać franczyzobiorcę (firmę, która stworzy swoją szkołę programistów) w Hiszpanii oraz zbudować wizerunek marki w tym kraju, **był LinkedIn.**



# Wyzwania



Jednak **przed podjęciem współpracy z 4PEOPLE klient osiągał niskie wyniki** kampanii reklamowych LinkedIn przy jednoczesnych wysokich kosztach.



Ponadto **kampanie nie były zoptymalizowane**, natomiast konta reklamowe nie miały uporządkowanej struktury, co utrudniało skuteczne działania.



Głównym celem działań naszej Agencji było wsparcie w tym obszarze - od **stworzenia strategii i kreacji po ustalenie budżetów reklamowych.**

Dodatkowo zadaniem 4PEOPLE było **wsparcie marketingowe na LinkedIn** ofert outplacementu oraz szkoleń skierowanych do działów HR.



# Rozwiązania



Zadanie postawione przez Coders lab przed naszą Agencją wymagało przeprowadzenia działań krok po kroku.

1

Zarekomendowaliśmy i stworzyliśmy **konta reklamowe: osobno dla potrzeb każdej kampanii**, tj. franczyzy w Hiszpanii oraz działań B2B na rynku lokalnym, w tym szkoleń dla działów HR.

2

**Uporządkowaliśmy** menedżera kampanii.

3

Zasugerowaliśmy przeprowadzenie **kampanii sponsorowanych wiadomości InMail** z formularzem generowania leadów oraz **kampanii sponsorowanych reklam natywnych** - posty sponsorowane, do których dołączyliśmy formularz generowania leadów.



# Rozwiązania

---



4

Wspólnie z klientem opracowaliśmy **grupę docelową, formę komunikatu i strategię komunikacji** w przestrzeni reklamowej LinkedIn.

5

Stworzyliśmy precyzyjne, ale pozbawione wyraźnych cech sprzedażowych **wiadomości InMail** dostosowane do wybranych grup docelowych.

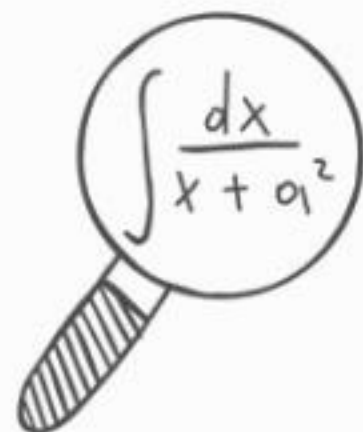
6

Zachęciliśmy w nich użytkowników do **pozostawienia swoich danych w zamian za wartościowe materiały**, dotyczące skutecznej rekrutacji w IT oraz prezentację koncepcji biznesowej Coders Lab.



# Rozwiązania

---



7

Rozpoczęliśmy **budowanie wizerunku marki** Coders Lab w Hiszpanii za sprawą kampanii sponsorowanych reklam natywnych.

8

W działaniach wspieraliśmy się **zróżnicowanymi treściami**, które tworzył klient, a następnie były przez nas **dostosowywane do strategii**.





# Efekty

---



W przypadku kampanii dotyczących kursu HR, już po pierwszym miesiącu **ponad 3-krotnie zwiększyliśmy liczbę pozyskanych leadów.**



Koszt pojedynczego leada **spadł ponad 4.-krotnie!**

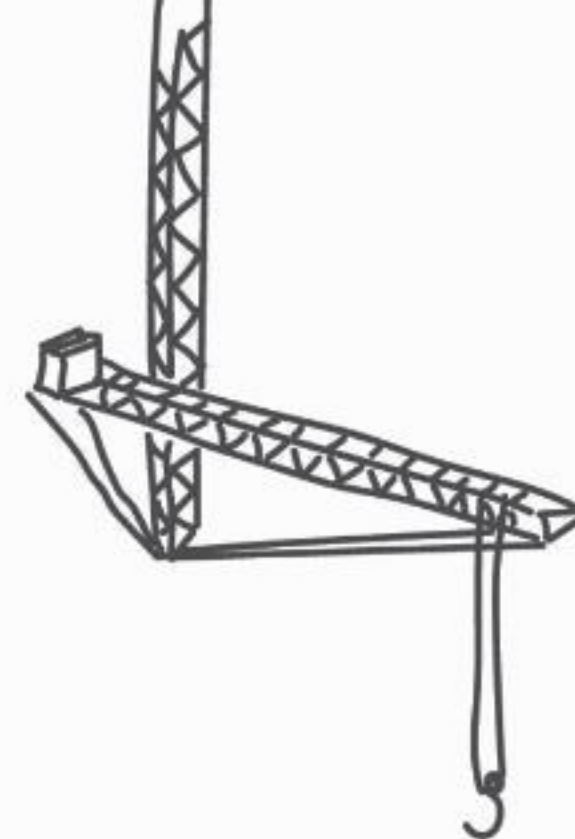


Z kampanii leadowej związanej z franczyzą udało nam się **uzyskać bardzo perspektywiczne kontakty,** które mogą zaowocować stworzeniem franczyzy w Hiszpanii.



# Efekty

---



W przypadku kampanii InMail **CTR (procent otwartych wiadomości) wyniósł ponad 70%**, co znacząco przekracza średnią dla branży.

**4-krotnie zwiększyliśmy zaangażowanie** potencjalnych klientów z Hiszpanii w komunikację marki Coders Lab.





# Podsumowanie

---

**Optymalizacja i tworzenie nowych kampanii reklamowych na platformie LinkedIn** dla tak zaangażowanego klienta, jak Coders Lab to czysta przyjemność.

Nasze efektywne działania przyniosły nie tylko **wymierne korzyści biznesowe**, ale i sprawiły, że klient **zdecydował się powierzyć nam kolejne kampanie na LinkedIn**, których celem jest pozyskanie franczyzobiorcy w Szwecji.

