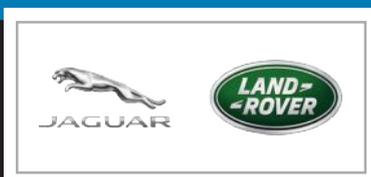




CASO DE ÉXITO



## JAGUAR LAND ROVER



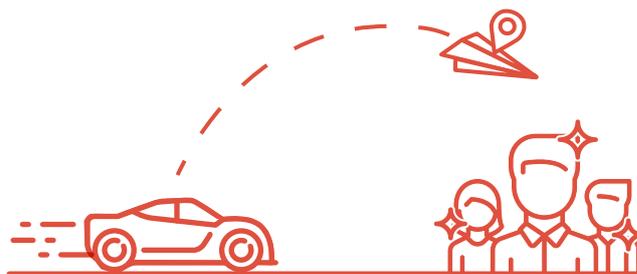
## JAGUAR LAND ROVER

Jaguar Land Rover, tiene como misión ofrecer la mejor experiencia de compra y servicio automotriz, buscando que sus colaboradores sean los más capacitados del mercado, en el mejor ambiente de trabajo y comprometidos con la comunidad.

## DESAFÍO

“Jaguar Land Rover Colombia” realizó una campaña con la que buscó llegar a hombres y mujeres con cargos de Directivos para que conozcan los dos nuevos modelos de vehículos.

El objetivo principal de Jaguar Land Rover era llegar a un target con un alto poder adquisitivo para ofrecerle los nuevos modelos. Necesitaba de una plataforma que le permitiera realizar una segmentación precisa y de este modo alcanzar al público con un mensaje directo e información clara sobre la nueva oferta.



# SOLUCIÓN

Jaguar Land Rover utilizó el formato Sponsored Inmail para llevar adelante su campaña en LinkedIn.

# SPONSORED INMAIL

Este formato le permitió alcanzar a los usuarios aplicando una segmentación customizada de Mass Affluent, llegando a la categoría de Directivos con más de 15 años de experiencia laboral.

Se los impactó a través de un mensaje enviado directamente a su inbox. El texto del mismo brindaba información acerca de los nuevos modelos e incluía un call-to-action que derivaba a los usuarios al sitio de la marca, permitiéndoles visitar y conocer más en detalle cada una de los vehículos.

The image shows two examples of LinkedIn Sponsored Inmail. The top one is for Land Rover Colombia, titled 'Oportunidad de tener un Land Rover'. The text is personalized, addressing Francisco Bautista and describing the vehicle's capabilities. It includes a call to action to visit landrover.co. The bottom one is for Jaguar Colombia, titled 'Oportunidad de tener un Jaguar'. It is also personalized, addressing Francisco, and describes the Jaguar F-PACE. It includes a call to action to visit jaguar.co. Both emails feature a 'Ve más' button and a footer with management options and copyright information.

# RESULTADOS

La campaña obtuvo una excelente tasa de apertura y el CTR estuvo por encima de la media del mercado colombiano.



**46%**  
TASA DE APERTURA



**19%**  
CTR

## CLAVES DE ÉXITO



### SEGMENTACIÓN **PRECISA:**

utilizando las capacidades que ofrece LinkedIn se logró llegar a hombres y mujeres con cargos de Directivos en empresas de más de 500 empleados.



### UTILIZACIÓN DEL **FORMATO ADECUADO:**

Jaguar Land Rover logró conectarse con la audiencia a través del envío de mensajes personalizados directos a la casilla de los usuarios.

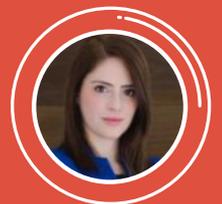


### CALL-TO-ACTION **CLARO:**

a través de los cuales los usuarios podían dirigirse al site de la marca para obtener más información acerca de los dos modelos promocionados.

## TESTIMONIOS

“ La llegada de las marcas Jaguar y Land Rover de manera directa a Colombia ha permitido generar un valor agregado a nuestros clientes desde diversos aspectos, un respaldo superior, experiencias memorables, precios y productos más competitivos, amplias oportunidades de financiación, entre muchos otros elementos, que de la mano de campañas precisas como esta, se logra un efecto exponencial creando awareness de marca, aumento del interés en eventos de experiencia y por lo tanto, una clara traducción en ventas.



**ANDREA  
SALDIVAR**

Gerente Marketing,  
JAGUAR LAND ROVER  
COLOMBIA

Esríbenos para saber más acerca de las posibilidades que LinkedIn ofrece para tu negocio.