



Adformatieklantcase

Hoe Adobe
in samenwerking
met Adformatie
500 kwalitatieve
leads verzamelde.

EXECUTIVE SUMMARY

De uitdaging van Adobe voor Adformatie was het kennisdelen met het publiek over Customer Experience en real-time personalisatie, en het verzamelen van 500 kwalitatieve leads binnen korte tijd. Het team van Adformatie heeft beide doelen gerealiseerd binnen de afgesproken periode, door z'n grote doelgroep enthousiast te maken voor de drie webcasts die Adobe aanbood. Dit heeft geresulteerd in de realisatie van de eerdergenoemde 500 kwalitatieve leads in slechts 5 weken.

In het voorjaar van 2020 nam Adobe contact op met Adformatie voor een project: door het aanbieden van webcasts wilde Adobe uitgebreid kennis delen over CX en real-time personalisatie, en tegelijkertijd kwalitatieve leads verzamelen. De drie webcasts werden in mei en juni aangeboden: hiervoor werden verschillende uitnodigingsmails uitgestuurd, en banners ingezet op zowel de website als in nieuwsbrieven van Adformatie. De webcasts waren beschikbaar voor mensen die zich via een formulier hadden aangemeld.

Content en ingezette middelen

De aangeboden content bestaat uit **drie verschillende webcasts** met de volgende onderwerpen:

- ▶ Webcast 1: **Digitale ongelijkheid beslechten**
- ▶ Webcast 2: **Een gepersonaliseerde ervaring bieden**
- ▶ Webcast 3: **Verwachtingen overstijgen**



De webcasts werden verzorgd vanuit Capital C in Amsterdam, en hadden de moderne customer journey en real-time personalisatie als centraal thema. De webcasts waren zowel live te volgen, als op een later tijdstip terug te kijken.

De ingezette middelen bij Adformatie om de kennis met de doelgroep te delen en leads te verzamelen bestonden uit:

- ▶ E-mail: eigen nieuwsbrieven met banners en advertorials
- ▶ E-mail: dedicated e-mailcampagnes naar specifieke doelgroep
- ▶ Social: paid ads (LinkedIn) met banners
- ▶ Social: organische updates met banners
- ▶ Website: uitgebreide suite aan banners



Een voorbeeld van een banner ter promotie van de webcasts.



Een voorbeeld van een social update image ter promotie van de webcasts.

De leads werden verzameld met een formulier op adformatie.nl, waarna men een mail ontving met de links om de webcast van hun keuze te kunnen bekijken. Aan het einde van de reeks hebben alle deelnemers apart een followup met alle drie de webcasts te kunnen bekijken, zodat zo veel mogelijk mensen de kennis tot zich konden nemen.

Resultaat

In slechts 5 weken tijd zijn er 500 kwalitatieve leads verzameld door Adformatie voor Adobe, en alle webcasts waren goed bekeken: dit tot grote tevredenheid van Paul van Keeken, de opdrachtgever vanuit Adobe:

“Ik kijk zeer tevreden terug op de samenwerking. Adformatie heeft in korte tijd de opdracht perfect vervuld: het target van 500 kwalitatieve leads was snel behaald, waarbij ook de onderlinge communicatie super is verlopen.”

Bij Adformatie is het gehele team dat betrokken is bij dit project, blij met Adobe's waardering voor de inzet en natuurlijk met het uiteindelijke resultaat. Door korte communicatielijnen, zowel intern als extern, was het hele project van begin tot eind een succes.



Beeld van de Adobe webcast in Capital C in Amsterdam

Facts and figures

Periode: 5 weken (mei – juni 2020)

98.755

verzonden e-mails



22.627

geopende e-mails



3.011

clicks in e-mails

570

webcastkijkers (live + uitgesteld)

500

leads, uitgeleverd door Adformatie

Het grootste bereik en de beste leads voor jouw organisatie?

Wil jij met jouw organisatie ook een groot bereik en kwalitatieve leads verzamelen?

Neem contact op met Adformatie via sales@adformatie.nl of kijk op www.adformatie.nl/adverteren

Adformatie

Marketing. Media. Communicatie. Creatie.