

### **EMC ou la génération de « leads » en collaboration avec les « business partners »**

EMC collabore étroitement avec ses partenaires commerciaux dans le cadre de ses programmes de génération de « leads ». « Avant de communiquer avec notre groupe cible, nous nous posons toujours la question de savoir comment obtenir le meilleur taux de réponse. Et le télémarketing est un atout indéniable » précise Christophe Jacques, marketing manager BeLux chez EMC.

#### **Comment EMC conçoit-elle sa stratégie de télémarketing ?**

« Nous associons nos partenaires commerciaux à nos activités de télémarketing. Suivant un principe de « best practice », notre stratégie marketing commence par l'exploration des moyens susceptibles de générer les meilleurs taux de réponse. Ensuite nous testons notre idée sur notre fichier clients existant. Si ce test est probant, nous proposons la campagne à un partenaire choisi en fonction du sujet. C'est ensemble que nous décidons enfin de lancer le programme à l'aide d'une base de données externe ».

#### **Avez-vous un exemple de campagne en partenariat ?**

« EMC veut faire profiter les entreprises de sa longue collaboration avec VMware, en ce qui concerne la virtualisation. Notre message est que la virtualisation compresse les coûts des centres de données non seulement par la réduction du nombre de serveurs mais aussi en optimisant l'infrastructure « storage » et les réseaux. Afin de mieux insister sur ces aspects, nous avons lancé une campagne baptisée « Realize your VMware vision », vers nos clients existants. Le taux de réponse de 16% nous a inspiré un partenariat avec Dimension Data, à qui nous avons proposé la campagne. Ensemble, nous avons déjà créé le EMC Velocity Signature Solution Center, en 2008. Un espace de démonstrations de solutions de virtualisation basée sur EMC, Cisco et VMware. Nous voulions donc logiquement inviter de nombreux prospects à visiter ce Centre. Un insert accompagné de lunettes 3D fut placé dans DataNews, pour que les lecteurs puissent voir, sur notre site Internet, s'ils avaient gagné un prix. Et sur le site, ils devaient répondre à la question « Voulez-vous visiter notre Centre de démo ? ».

#### **Quel a été le résultat de cette campagne ?**

« 22 000 inserts ont été distribués et 14% des destinataires ont visité notre site WEB pour remplir le formulaire en ligne. De cette population, 500 personnes ont déclaré vouloir visiter le Centre. Nous en avons sélectionné 200 qui furent approchés téléphoniquement par Computer Profile, dont l'expérience en la matière et en les marchés de nos partenaires est incontournable. Depuis, 31 nouveaux visiteurs du Centre ont généré 22 projets identifiés dont 4 offres formelles. Il y a par ailleurs, encore 54 personnes désireuses de rendre visite au Centre pour qui les dates de rendez-vous ont dû être modifiées. A présent, nous allons lancer la même campagne à l'adresse du secteur public, ce qui impliquera le développement d'une nouvelle page d'accueil sur notre site WEB, afin de proposer un message adapté à la cible. L'étape suivante visera le marché luxembourgeois ».

## **A propos de EMC**

EMC est le principal développeur et fournisseur mondial d'équipement, de logiciels et de services pour le stockage, la protection, la gestion et l'utilisation des informations d'entreprise. La technologie EMC permet aux grandes, moyennes et petites entreprises d'exploiter leurs informations au meilleur coût.