

EMC: leadgeneratie in samenwerking met business partners

EMC werkt voor leadgeneratie nauw samen met haar business partners. “Wanneer we een boodschap naar onze doelgroep willen communiceren, vragen wij ons altijd af hoe we met de betreffende boodschap de beste respons kunnen genereren. Telemarketing speelt hierbij een belangrijke rol”, aldus Christophe Jacques, marketing manager BeLux bij EMC.

Hoe heeft EMC de marketingstrategie ingericht?

“Leadgeneratie voeren wij uit in samenwerking met onze business partners. Onze marketingstrategie werkt volgens een ‘best practice’ principe. Allereerst vragen wij onszelf af welke boodschap we willen communiceren en hoe we met deze boodschap de beste respons kunnen genereren. Vervolgens testen we de actie eerst op onze eigen klantendatabase. Wanneer de respons goed is, leggen we het voorstel voor aan de business partners die we in de actie willen betrekken en besluiten we samen om de actie uit te voeren met behulp van externe databases.”

Kunt u een voorbeeld geven van een partnercampagne?

“EMC wil bedrijven meer laten profiteren van haar jarenlange samenwerking met VMware rond virtualisatie. Onze boodschap is dat virtualisatie leidt tot kostenoptimalisatie in het datacenter, niet alleen door het consolideren van servers, maar ook door te kijken naar het netwerk en de storage infrastructuur. Deze boodschap wilden we nadrukkelijker naar de markt communiceren. Daarom zijn we begonnen met het uitrollen van een campagne binnen onze klantendatabase onder de noemer “Realize your VMware vision”. De response rate was zestien procent en dit gaf ons voldoende aanleiding om de campagne aan Dimension Data voor te leggen. Dimension Data en EMC hebben namelijk in 2008 in Brussel een EMC Velocity² Signature Solution Center geopend. Hier worden onder andere demo’s gegeven van virtualisatie oplossingen rond EMC, Cisco en VMware. Doel van de campagne was om gericht prospects uit te nodigen om naar het EMC Velocity² Signature Solution Center te komen. Er werd in DataNews een A5 kaart met een 3D brilletje gestopt waarmee de geadresseerde naar onze website kon gaan om te kijken of hij/zij een prijs gewonnen had. Op de website moest onder andere de vraag ‘Wenst u het solution center te bezoeken?’ worden beantwoord.”

Wat was het resultaat van deze campagne?

“Er zijn ruim 22.000 kaarten verzonden en veertien procent van de geadresseerden ging daadwerkelijk naar de website om het online formulier in te vullen. Daarvan gaven ruim vijfhonderd mensen aan het solution center te willen bezoeken. Hieruit hebben wij er tweehonderd geselecteerd die zijn nagebeld door Computer Profile. Voor deze campagne was Computer Profile de beste partij op telemarketing gebied, omdat zij expertise hebben over zowel onze markt als die van onze partners. Inmiddels zijn er reeds 31 bezoekers naar het solution center gekomen. Dit heeft er toe geleid dat er al 22 projecten geïdentificeerd zijn en er vier offertes zijn verstuurd. Daarnaast worden er nog 54 mensen nagebeld die aangegeven hebben te willen komen, maar voor wie de afspraak verzet moest worden. Dezelfde campagne gaan we nu opnieuw uitvoeren, toegespitst op de publieke sector. In dat geval passen we de landingspagina van de website aan met specifieke informatie voor die doelgroep. Dezelfde campagne gaan we ook in Luxemburg starten.”

Over EMC

EMC is wereldwijd de belangrijkste ontwikkelaar en leverancier van hardware, software en diensten om informatie op te slaan, te beschermen, te beheren en te gebruiken. Met de technologie van EMC kunnen grote, middelgrote en kleinere organisaties maximale waarde uit hun informatie halen tegen minimale kosten.