

ITwebwinkel investit dans les relations clients à long terme

Dave van Duijvenbode, Directeur Commercial chez Itwebwinkel nous dévoile ses stratégies de vente et marketing. « Itwebwinkel est un revendeur de matériels et de logiciels informatiques. Les clients peuvent demander une offre sur notre site WEB ou y placer une commande. La notoriété de notre site est donc primordiale et un mailing mensuel vers 12.000 adresses l'entretient. Ces campagnes sont nos ambassadrices auprès des décideurs dans les entreprises. Ensuite, le « cold calling » exécuté par nos account managers s'en trouve grandement facilité. Dès lors, le contact devient direct avec le prospect ».

Itwebwinkel est active sur la toile depuis cinq ans et vise les marchés professionnels des petites, moyennes et grandes entreprises. Sa gamme de produits propose des offres d'environ 200 fabricants et éditeurs, dont Hewlett Packard, IBM et Microsoft. Son positionnement se situe entre les intégrateurs et les e-commerçants avec un fort accent mis sur le service au client.

«Les account managers sont comme l'araignée sur la toile. D'une formation de haut niveau, ils ne se contentent pas d'enregistrer des commandes. Ils conseillent les clients dans le cadre de leurs projets en tenant compte des structures et des plateformes logicielles existantes. Chacun d'entre eux gère ses propres clients et jouit d'une autonomie de décision qui évite le recours continu à un sales manager. Le client est aidé sur le champ.

La base de données de Computer Profile procure une information commerciale de grande valeur pour Itwebwinkel. Les clients et les prospects sont segmentés par account manager. Ces derniers peuvent ainsi rapidement, et de façon opportune, suivre chaque sales lead généré par nos campagnes d'e-mailing et établir une relation personnelle avec l'interlocuteur. L'avantage de Computer Profile est la possibilité de travailler par projet. Récemment, nous avons élaboré une campagne en collaboration avec HP. Chaque courriel est arrivé directement chez la bonne personne grâce à une sélection précise dans la base de données. Nous pouvons décider si des propriétaires d'équipements DELL allaient ou n'allaient pas recevoir notre message orienté HP

Cette action a augmenté considérablement le nombre de visiteurs sur notre site ».

« Nous exploitons la base de données de Computer Profile depuis cette année, et le nombre d'appels entrants n'arrête pas de croître. Actuellement, nous extrayons des informations de la base de données, une fois par mois. Nous comptons résolument intensifier cette pratique et passer mensuellement à deux, voire trois, campagnes d'e-mailing. Nous remarquons également une augmentation de notre notoriété et plus de retombées de nos campagnes. Les clients demandent un point de contact personnel. Nos account managers peuvent entretenir une relation personnelle avec nos clients et les accompagner de la prise de décision au déploiement de la solution choisie ».