

ITwebwinkel investeert in langdurige klantrelaties

We spreken dit keer met Dave van Duijvenbode, Commercieel Manager bij ITwebwinkel. Hij legt ons uit hoe de marketing- en salesstrategie van het bedrijf werkt. “ITwebwinkel is een reseller op het gebied van computer hard- en software. Klanten kunnen onder andere via onze website een offerte aanvragen of een bestelling plaatsen. Het is dus van belang dat we naamsbekendheid genereren om bezoekers naar de site te trekken. Belangrijk onderdeel van onze marketingstrategie is dan ook een maandelijkse e-mailcampagne naar minstens 12.000 respondenten. Dit middel dient in feite de telemarketingstrategie van sales. Immers, door de gerichte emailcampagnes genereer je bekendheid onder beleidsbepalende personen binnen organisaties. Een essentieel uitgangspunt in onze strategie. Door middel van cold calling leggen onze accountmanagers daarna direct contact met potentiële klanten.”

ITwebwinkel is een jong bedrijf dat nu vijf jaar bestaat. Het is een e-commerce onderneming voor de zakelijke markt, waarbij onderscheid gemaakt wordt tussen drie verschillende segmenten: kleinzakelijk, middenzakelijk en grootzakelijk. Het assortiment omvat producten en oplossingen van circa 200 fabrikanten waaronder bekende merken als Hewlett Packard, IBM en Microsoft. Het bedrijf heeft zich in de markt gepositioneerd tussen de automatiseerders en e-resellers, waarbij maximale service naar de klant centraal staat.

“De accountmanagers zijn de spin in ’t web. Het hoogopgeleide salesteam helpt de klant niet alleen bij het plaatsen van de bestelling, maar biedt ook ondersteuning en advies met betrekking tot passende configuraties en automatiseringstrajecten. Alle accountmanagers vormen zelf in principe een ‘salesafdeling’. Iedere klant heeft een eigen accountmanager en door vergaande bevoegdheden kunnen beslissingen, zonder tussenkomst van een salesmanager, snel genomen worden en weten klanten vrijwel direct waar zij aan toe zijn.

De database van Computer Profile voorziet ITwebwinkel van zeer waardevolle bedrijfsinformatie. De opgenomen bedrijven worden op segment verdeeld onder de verschillende accountmanagers. Daarbij volgen de accountmanagers alle leads op, voortkomend uit onder meer de emailcampagnes, en bouwen direct aan een persoonlijke relatie. Het voordeel van Computer Profile is dat wij projectmatig aan de slag kunnen. Recentelijk hebben wij een marketingcampagne opgezet in samenwerking met HP. Door middel van de database kon vooraf een zorgvuldige selectie gemaakt worden, waardoor e-mails direct bij de juiste (beslissingsbevoegde) personen terecht zijn gekomen. Zo ontvangen DELL gestandaardiseerde bedrijven geen, of juist wel een HP georiënteerde e-mail.

Dergelijke e-mailcampagnes hebben in korte tijd geresulteerd in een forse stijging van het aantal bezoekers van de website.”

“Sinds wij dit jaar zijn gestart met het gebruik van de database van Computer Profile, zijn het aantal inbound calls aanzienlijk gestegen. In de toekomst gaan wij de samenwerking wellicht nog uitbreiden. Op dit moment genereren wij, ten behoeve van de emailcampagnes, één keer per maand informatie uit de database. Dat kan daarentegen straks twee of drie keer per maand worden. Wij merken dat onze website steeds meer naamsbekendheid geniet en ook de telemarketingacties van

onze accountmanagers lopen voorspoedig. Klanten hebben behoefte aan een persoonlijk aanspreekpunt. Onze accountmanagers kunnen heel gericht contact met klanten leggen en hen vervolgens gedurende het hele proces begeleiden: vanaf de offerte tot aan de automatisering."