

Lumension Security et le télémarketing: un vrai succès!

Bien des organisations vendent leurs produits via des canaux de distribution. Comment construisent-elles leur stratégie de vente? Ce cas pratique répond à la question en vous faisant découvrir l'exemple de Lumension Security.

Marc Oesch, Sales Consultant chez Lumension Security nous raconte: « Chez Lumension, nous vendons uniquement via des revendeurs. La « leads generation » est donc essentielle. Notre stratégie de vente repose sur trois éléments de base. D'abord, l'exploitation des techniques de télémarketing. Ensuite, un soutien à la vente qui propose des cours et des présentations à nos partenaires. Enfin, un accompagnement lors de rendez-vous importants et une présence forte sur notre propre stand aux foires importantes ou en collaboration avec nos revendeurs lors d'événements de moindre envergure ».

Lumension est spécialisé en solutions logicielles de « endpoint security » à la pointe du progrès en termes de sécurité de l'infrastructure informatique. « Sanctuary Device Control », par exemple, gère et contrôle qui utilise quels périphériques (imprimantes, clés USB, WLAN, ...) dans l'entreprise, quels fichiers entrent et sortent de l'organisation et permet également l'encodage des Removable Storage Devices. En plus, « Sanctuary Application Control » permet l'établissement d'une « whitelist » des logiciels autorisés pour chaque poste de travail. Les utilisateurs ne peuvent donc pas installer de logiciels qui ne leur sont pas autorisés. Enfin, « Patchlink » consolide les « patch » de divers logiciels et les déploie en une fois de façon centralisée, dans toute la structure IT de l'entreprise.

Lumension commercialise ses solutions via de nombreux revendeurs. « Dans le Benelux, nous sommes en phase de sélection de partenaires et l'expérience prouve que c'est en proposant tout de go un premier « sales lead » aux candidats revendeurs, que le tissage du réseau est le plus efficace. Avec Computer Profile, nous avons mis au point une campagne de « lead generation », basée sur une segmentation d'entreprises de plus de mille postes de travail. Une campagne de télévente vise à intéresser des prospects à nos produits et à obtenir un rendez-vous. Le système CLM de Computer Profile garde précisément les données des contacts et des interviews, ce qui nous permet par exemple, de connaître les systèmes de sécurité concurrents qui sont installés. L'avantage d'avoir une vue générale et structurée des rapports d'interviews est indéniable. L'interlocuteur qui refuse un rendez-vous mais demande à recevoir de la documentation sera inévitablement recontacté plus tard de façon appropriée et avec les bons arguments ».

« Jusqu'à présent, l'équipe de Computer Profile a réalisé 146 interviews téléphoniques qui ont généré 27 rendez-vous. Quatorze entreprises seront recontactées rapidement et vingt-deux à plus long terme. La campagne a généré 63 contacts qualifiés, ce qui signifie un taux de réussite de 43,2 pour cent ».

« Nous sommes actuellement en plein suivi de cette première campagne en Belgique et au Luxembourg. Vu la satisfaction de nos revendeurs nous planifions une nouvelle campagne dans quelques mois. Elle inclura le marché Néerlandais ».