

PC-WARE: la conquête est une spécialité

Stephanie Fromberg, Senior Marketing Communication & PR consultant chez PC-WARE déclare: "PC-WARE pratique une stratégie de conquête différenciatrice. Nous nous positionnons comme un expert incontestable et nous engageons le dialogue avec nos clients potentiels."

Comment PC-WARE atteint ses cibles?

"Pour se faire nous avons créé un processus de conquête structuré. Grâce aux différentes activités marketing au niveau de la prospection, les clients potentiels sont menés à l'identification et à la qualification dans le système de gestion commerciale. Tout commence par la base de données. Nous utilisons celle de Computer Profile pour segmenter la cible. C'est la première étape du processus. Ensuite, viennent les phases de 'lead generation' et de prospection basées sur différentes activités de Marketing Direct. Notre système de gestion commerciale permet de visualiser dans quelle phase se situe les prospects. Et décider quelle action visera quel prospect est alors un jeu d'enfant."

Quelles actions marketing choisir?

Kees van Pijlen, Business Unit Manager Prospection chez PC-WARE précise: "Il y a, par exemple, une page web dédiée aux services de PC-WARE, où les internautes peuvent émettre leurs avis ou participer à un sondage d'opinion. Pour amener le groupe cible sur cette page nous exploitons un call center, des campagnes Google et des Relations Publiques. Dès qu'un internaute s'identifie sur cette page, il est immédiatement approché avec un discours approprié. C'est le passage de la phase de 'lead generation' à celle de prospection. A partir d'ici il est possible, en supplément des activités de prospection, d'ajouter des activités de Corporate Marketing. Etant donné que dans cette phase chaque prospect parcourt un certain chemin, on peut voir lesquels entrent en ligne de compte. Un bon exemple d'une telle activité est l'Awareness Experience, par exemple. Un événement annuel au sujet des tendances du marché où ils peuvent également rencontrer nos clients habituels."

"La conquête de nouveaux clients étant un métier à part et un travail de longue haleine, nous avons créé une 'business unit' spécialisée. Ses membres utilisent divers stimulants pour motiver nos prospects afin de les mener de statut de prospect à client. Ensuite, ces derniers sont transférés vers les 'Account Managers' du Business Unit responsable dont la science et l'expertise maintiennent les clients satisfaits et constants."

A propos de PC-WARE

PC-WARE Information Technologies AG est un fournisseur Européen indépendant de solutions TIC de pointe. Au cœur de ses activités, le 'software licensing' et le 'Software Asset Management' positionnent l'entreprise comme leader du marché Européen. Elle se présente comme fournisseur de solutions globales en 'software management'. Plus de 1.400 collaborateurs servent environ 85.000 clients professionnels, dans 23 pays d'Europe, d'Afrique et d'Asie.