

## User Story



### **CDC Software haalt 70 procent van de leads uit telemarketing**

CDC Software is een wereldwijde leverancier van softwareoplossingen voor de semi-procesindustrie. Het bedrijf richt zich vooral op ondernemingen met complexe productieomgevingen en biedt oplossingen voor registratie van bedrijfsprocessen, planning, CRM en productieregistratie en -optimalisatie.

De marketing en lead generatie is lokaal opgezet en voor de Benelux geschiedt dit vanuit het kantoor in Zeist. Wij spreken met Jan Willem Steenbakkers, de Sales Manager voor de Benelux over de sales- en marketingstrategie.

“CDC Software is geen enorm grote en bekende partij en daarbij zijn we een niche speler. Dit betekent dat we zelf actief bezig zijn met het genereren van leads in voor ons interessante markten. We hebben een viertal verticale markten gedefinieerd, waarin wij ons momenteel actief positioneren. Hiervoor gebruiken we verschillende tools, zoals telemarketing, seminars en het plaatsen van editorials. Momenteel komt 70 procent van de gegenereerde leads uit telemarketing.”

Onlangs heeft CDC Software in samenwerking met Computer Profile een zeer succesvolle telemarketingcampagne uitgevoerd. In deze campagne is de focus gelegd op één specifiek product, namelijk de CDC Factory. Deze oplossing zorgt voor ‘real-time’ registratie op de werkvloer en beoordeelt het rendement van productielijnen. Met deze informatie worden vervolgens verbeter projecten opgezet volgens het ‘Six Sigma’ principe. Dit resulteert zonder uitzondering in een betere utilisatie en hogere efficiency. “Het grote succes van de campagne is vooral te danken aan de goede samenwerking met Computer Profile”, aldus Jan Willem Steenbakkers. “Er is veel tijd gestoken in het briefen van de medewerkers over de propositie. Gedurende de campagne hebben we constant contact gehad over de resultaten, zodat wij direct konden bijsturen en bijscholen.”

De campagne vond plaats op basis van een door CDC Software aangekochte database. Omdat het bedrijf sterk afgebakende markten heeft, kon hierin heel gericht worden geselecteerd, bijvoorbeeld op basis van omzet en aantal medewerkers. De campagne heeft twintig dagen gelopen en van de 750 namen in de database zijn in totaal 272 mensen bereikt. Bij ruim 40 procent hiervan bestond interesse voor het product. Van deze groep is bij 18 procent al direct een afspraak ingepland en had 20 procent op korte termijn interesse.

“Wij danken het succes van deze campagne aan drie factoren. Natuurlijk het product, het is innovatief en nieuw in de markt. Uit de campagne bleek tevens dat we het juiste moment hebben gekozen om het in de markt te zetten. Bij 26,5 procent van de

bedrijven speelt een project waarbij behoefte is aan een dergelijke oplossing. De samenwerking was ook een belangrijke succesfactor. De voorlichting over het product en de propositie aan de call agents bood een groot voordeel. De call agents werden hierdoor als het ware een verlengstuk van CDC Software en konden onze visie goed onder woorden brengen. Bij telemarketing is het uitermate belangrijk om een serieuze en gelijkwaardige gesprekspartner te zijn. Ten derde was de dagelijkse terugkoppeling van Computer Profile essentieel. Door constant inzicht te hebben in het verloop van de campagne konden we deze aanpassen en tegenwerpingen steeds beter weerleggen.”

“In de toekomst blijven we ons concentreren op telemarketing, dit is momenteel de succesvolste lead generatie tool. De strategie voor 2008 blijft dus nagenoeg hetzelfde, alleen het volume zal toenemen.”