

User Story



Colt: mieux baliser un nombre accru de prospects

“Marketing et ventes sont étroitement liés chez Colt. Ces deux disciplines ont recours, de concert, à un système de gestion de campagnes qui nous permet de suivre de très près le processus de lead generation. La segmentation joue par ailleurs un rôle excessivement important. La base de données de Computer Profile nous procure une grande valeur ajoutée”, déclare Marco Quispel, directeur marketing chez Colt.

Que cela implique-t-il en termes de stratégie commerciale et marketing?

“Notre département commercial est structuré en trois composantes. Il y a tout d’abord les ventes directes, qui s’adressent surtout aux 250 principaux clients. S’y ajoutent les divisions Ventes indirectes, où nous collaborons avec des partenaires, et Wholesale, qui se charge des négociations avec les autres prestataires télécoms. Colt gère ses ventes de manière très professionnelle à l’aide d’un processus de gestion de campagne qui est suivi de très près et qui est tenu à jour au sein de notre base de données CRM. Notre approche est couronnée de succès, notamment grâce à une forte focalisation, à une bonne segmentation et à une surveillance étroite de l’ensemble du processus”.

En quoi consiste le processus de gestion de campagne?

“Avant d’approcher un groupe-cible, nous déterminons la valeur potentielle que représente Colt pour ce groupe-cible spécifique. Les données que nous utilisons sont décantées à partir de la base de données de Computer Profile. Nous effectuons par exemple une segmentation sur base des sociétés situées dans des complexes où nous comptons déjà un client ou sur base d’un secteur que nous jugeons important et où nous disposons déjà de références. Nous adoptons en outre la démarche classique du direct mailing, suivi par une action de relance téléphonique par une agence de télémarketing. L’objectif est de programmer un rendez-vous avec un Account Executive de telle sorte que Colt puisse bâtir une relation personnelle avec le prospect en question. Il est très important de bien gérer ce processus et de générer des opportunités de qualité. En la matière, tant notre propre système CRM que la qualité de la base de données de Computer Profile jouent un rôle important”.

“Le recours à la base de données de Computer Profile nous permet de disposer d’un plus grand nombre de prospects que par le passé et d’en avoir une vision plus précise. Nous sommes par ailleurs abonnés au buying intentions qui est envoyé chaque semaine et qui résume clairement toutes les modifications intervenues dans la base de données. Il s’agit là, pour nous, d’un bon instrument pour nous tenir au courant des développements du marché, par exemple de nouvelles sociétés ou personnes de contact. Ce sont surtout nos commerciaux qui en font un bon usage”.

Au sujet de Colt

Colt est l'acronyme de "City of London Telecom". La société est un prestataire européen de services télécom professionnels, présent dans 13 pays différents. Via son réseau en fibre optique, Colt fournit, en Europe, un ensemble de services- services voix, haut débit, e-business et services réseau gérés- à des sociétés et organismes publics. Colt propose en outre une couverture DSL dans 13 pays, destinée à desservir les moyennes entreprises. Colt est le propriétaire et gestionnaire d'un réseau de 20.000 km. La société compte plus de 50.000 clients dans divers secteurs et dispose de 13 infocentres Colt en Europe.