

Vodafone: hoog responspercentage en marktinformatie dankzij telemarketing

In 2006 werd The Network Factory (TNF) overgenomen door Vodafone, waardoor Vodafone naast mobiele communicatiediensten nu ook vaste communicatiediensten kan aanbieden. José Bont – van Galen, Marketing Program Manager bij Vodafone vertelt: “Bij een nieuwe markt hoort ook een nieuwe marktbenadering. Om de doelgroep te bereiken is leadgeneratie op basis van segmentatie onmisbaar.”

Hoe ziet de sales- en marketingstrategie van Vodafone eruit?

“Vodafone maakt voor de mobiele diensten al gebruik van het eigen lifecycle programma. Klanten worden gedurende deze lifecycle door ons benaderd om de behoefte te peilen. Dit willen we straks ook voor ons vaste portfolio gaan doen. Voor de overname profiteerde TNF vooral van mond-tot-mondreclame, maar binnen onze huidige groeistrategie is leadgeneratie essentieel. Het streven van Vodafone is om bekendheid te genereren binnen de markt als aanbieder van totale communicatiediensten, één leverancier voor alle communicatieoplossingen. Binnen de afdeling Enterprise Solutions vermarkten wij de huidige vaste diensten, zoals de vaste telefoniedienst Office Voice en de vaste breedbandverbindingen IP-VPN, voor bedrijven met meerdere vestigingen. Daarnaast wordt ook gewerkt aan het ontwikkelen en introduceren van nieuwe diensten waarbij vast en mobiel geïntegreerd zullen worden.”

Kunt u voorbeelden geven van reeds uitgevoerde leadgeneratie campagnes?

“In februari 2009 zijn wij gestart met brancheselecties uit de Computer Profile database voor een campagne specifiek gericht op IP-VPN leads. We zijn begonnen met de retail- en de zorgsector en hebben dit daarna wegens succes uitgebreid naar andere branches, zoals transport en overheid. Na deze eerste campagne besloten we direct de actie te verlengen. Wij hebben onze doelgroep nauwkeurig gedefinieerd en samen met Computer Profile hebben wij vervolgens een selectie gemaakt. Voor deze campagne is onze doelgroep bedrijven met meerdere vestigingen. In de database konden we deze bedrijven selecteren door te kijken naar bedrijven die gebruik maken van WAN-oplossingen, en werknemers op locatie en binnen bedrijf, beiden goede indicatoren. Het telemarketingteam van Computer Profile heeft vervolgens de bedrijven benaderd met de vraag of zij geïnteresseerd zijn in een afspraak over IP-VPN. Daarnaast hebben zij diverse vragen gesteld, onder andere over de vaste telefonie en de huidige leveranciers. Concrete afspraken zijn doorgestuurd naar ons sales support team. Het responspercentage op deze actie was erg hoog, negen procent. Daarnaast beschikken we nu over veel marktinformatie.”

Komt er nog een vervolg op deze campagnes?

“De uitkomsten van deze acties worden meegenomen in het marketingprogramma dat binnenkort van start gaat. We gaan dan beginnen met een grote awareness campagne. We hebben nog niet eerder breed gecommuniceerd dat Vodafone aanbieder is van zowel vaste als mobiele communicatiediensten. Onze leadgeneratie campagnes leverden kwalitatief goede afspraken op. Dat het vaak om langere trajecten gaat is inherent aan het product. Maar in sommige gevallen zaten onze sales specialisten op het juiste moment aan tafel, waardoor we direct konden offren. Werken met Computer Profile is heel transparant, doordat we in de webtool via CPWeb, continu zicht hebben op onze campagne. Sales support heeft dus altijd

inzicht in de gespreksverslagen, bovendien ontvangen we wekelijks een update van de actie. Erg goed om feeling met de actie te behouden als je er zelf niet dagelijks mee bezig bent.”

Over Vodafone

Vodafone is wereldleider in mobiele communicatie. In Nederland sinds 1995 aanbieder van mobiele telefonie en datadiensten. De afgelopen drie jaar heeft Vodafone belangrijke stappen genomen om een total communication provider te worden. Allereerst door de overname van The Network Factory (TNF) in 2006, leverancier van volledig beheerde vaste en mobiele netwerkdiensten (IP-VPN). In augustus 2008, wordt Vodafone Office Voice geïntroduceerd, de vaste telefoniedienst voor de zakelijke markt gebaseerd op IP (VoIP). Dit stelt Vodafone in staat om de klanten het gemak te geven van 1 leverancier voor geïntegreerde spraak- en datadiensten. In combinatie met het mobiele portfolio en een verdere ontwikkeling van geïntegreerde communicatiediensten kan Vodafone voor haar klanten zorgen voor optimalisatie van communicatie en samenwerking.

