

Achtergrond en doelstellingen

Sinds begin 2006 maakt BlueDome IAS B.V. gebruik van de diensten en ondersteunende software van Lead Force. De aanleiding voor de samenwerking met Lead Force is de ondersteuning van de verkoopafdeling van BlueDome in het realiseren van hun doelstellingen. Zoals Hans Wetsteijn, directielid van BlueDome aangeeft: "Lead Force is qua ondersteuning en business development onze lifeline".

BlueDome zocht een mogelijkheid om haar verkoopafdeling te ondersteunen bij het ontwikkelen van kansen in een druk bevochten markt. De doelstelling was en is om account managers te voorzien van gekwalificeerde leads zodat men op een hoger niveau kon instappen bij grotere accounts waardoor men de slagingskans sterk zou vergroten.

Samen met Lead Force is besloten om een partnership op te zetten welke onderdeel is van het totale business development proces.

Als uitgangspunt is het diensten portfolio van BlueDome genomen en vervolgens zijn specifieke doelgroepen in kaart gebracht.

Een gerichte "messaging" (contactmomenten door middel van een mix van direct-mail, e-mail en telemarketing) resulteert vervolgens in een continue stroom van gekwalificeerde leads.

Een methodische en gestructureerde aanpak. Dat deze aanpak werkt, heeft de praktijk uitgewezen. BlueDome heeft in de afgelopen periode enkele grote accounts als klant mogen verwelkomen als direct gevolg van de geleverde inspanningen door Lead Force.

Doelstellingen:

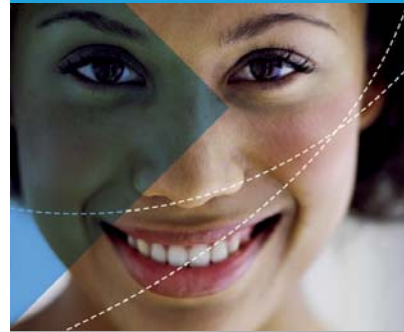
1. Op structurele wijze de markt benaderen door middel van het inzetten van onder meer direct mail, telemarketing en e-mail marketing;
2. Opbouwen van een prospect database met relevante informatie omtrent behoeften, pijn- / verbeterpunten, concurrentie, lopende contracten etc.;
3. Ondersteunen van sales apparaat van BlueDome door het maken van bezoeksafspraken met prospects die voldoen aan het ideale klantprofiel;
4. Inzicht in voortgang en resultaat (sales conversie) om snel bij te kunnen sturen indien omstandigheden hier om vragen.

Aan de hand van de bestaande klantendatabase en specifieke PMC's (product markt combinaties) zijn een aantal doelgroepen gedefinieerd en vervolgens zijn prospect adressen aangeschaft.

Wekelijks worden een aantal nieuwe adressen "uitgezet" door middel van een initiële mailing welke binnen één week telefonisch wordt opgevolgd door een team van goed opgeleide leadgenerators.

Op deze wijze wordt een sales pipeline opgebouwd met interessante contacten welke direct of in een later stadium opportuun zijn.

Tijdens de gesprekken worden prospects gekwalificeerd op basis van vooraf gedefinieerde parameters. Deze parameters worden vervolgens gebruikt om micro campagnes te initiëren met een hoge conversieratio (tot wel factor 10 hoger!).



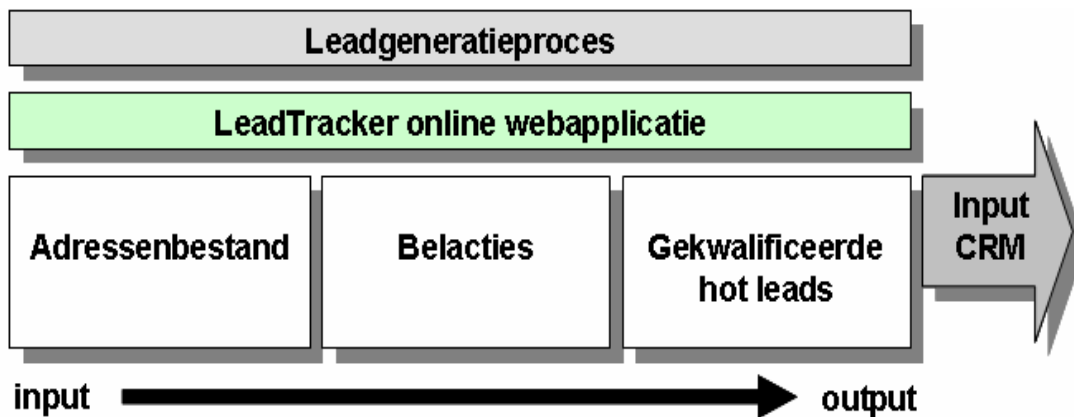
Proces

Om dit leadgeneratieproces te ondersteunen en hierover controle te houden maakt BlueDome gebruik van de door Lead Force ontwikkelde online software Leadtracker. Hiermee is men in staat om online leadmanagement te faciliteren waarmee de Account Managers ondersteund worden bij het identificeren van new business opportuniteiten en het converteren van kansen naar orders.

Bezoekafspraken worden meteen aan de telefoon gemaakt voor de buitendienst van BlueDome. Deze leads worden direct en volledig automatisch gedistribueerd naar de Sales Manager die de lead doorzet naar de verantwoordelijke verkoper. De verkoper zorgt op zijn of haar buurt voor de follow up. Het resultaat van zijn of haar verkoopinspanning wordt direct in Leadtracker gerapporteerd aan de verantwoordelijken.

Proces ondersteuning en transparantie met Leadtracker

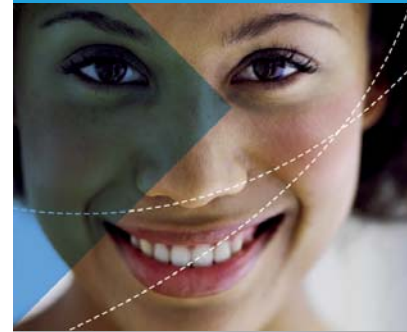
Het volledige proces, vanaf de eerste mailing tot en met het “closen” van de lead en het integreren met CRM, wordt ondersteund door Leadtracker. Voor BlueDome houdt dit in, dat men altijd volledig inzicht heeft in de voortgang en resultaten van de sales- en marketingcampagnes. Men ervaart de inzage in conversie tussen aantal contactadressen naar leads en conversie leads naar offerte of order binnen Leadtracker als zeer waardevol.



Tools

Onderstaande tools worden geïntegreerd ingezet ten behoeve van BlueDome IAS B.V. Leadgeneratie;

- Marktpenetratie analyse;
- Gepersonaliseerde mailings per PMC;
- Telemarketing / leadkwalificatie;
- Leadtracker -> campagne management, lead allocatie, lead distributie en lead closure;
- Interface met CRM omgeving van BlueDome t.b.v. forecasting.



Resultaten

- Nieuwe klanten;
- Continue stroom van gekwalificeerde leads richting BlueDome sales organisatie;
- Opbouw van prospectdatabase, ook voor BlueDome “breed”;
- Mogelijkheden om “one to one marketing” toe te passen;
- Toegang tot strategische marktinformatie, inzicht in wensen en behoeften van prospects;
- Sales pipeline van elke account manager wordt volledig transparant;
- Inzicht in ROI.

BlueDome meent, dat de samenwerking met Lead Force niet alleen onderdeel is van hun business development. Ook merkt men dat de samenwerking leidt tot verdere professionalisering van de eigen organisatie en processen. Hans Wetsteijn merkt op: “We worden door de activiteiten geprikkeld om actief deel te nemen en effectief om te gaan met de kansen die Lead Force voor ons creëert”.

Over BlueDome

Vanuit meerdere, onderling verbonden, datacenters levert BlueDome diverse beheer services. Het beheer strekt zich uit tot het onderhouden van het netwerk, de hardware en het OS tot aan 24 x 7 beheer van applicatie- en database servers, CMS en klantspecifieke applicaties. Kenmerkend voor de dienstverlening is, dat het in alle gevallen bedrijfskritische internet applicaties betreft.

Opdrachtgevers zijn onder meer Funda, D-Reizen, SBS6, Hoogenbosch Retail en VNU.

