

## Achtergrond en doelstellingen

Als een van de grootste oliemaatschappijen ter wereld, biedt TOTAL een uitgebreid assortiment aan producten en aanverwante diensten aan zowel consumenten als bedrijven.

TOTAL opereert in een competitieve markt met over het algemeen smalle winstmarges.

Om op structurele wijze in contact te komen met nieuwe zakelijke klanten binnen het segment "Automotive lubricants", heeft TOTAL in samenwerking met Lead Force een leadgeneratieprogramma ontwikkeld.

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, volumes, concurrentie, lopende contracten etc.
3. Ondersteunen van sales apparaat van TOTAL 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.

## Proces

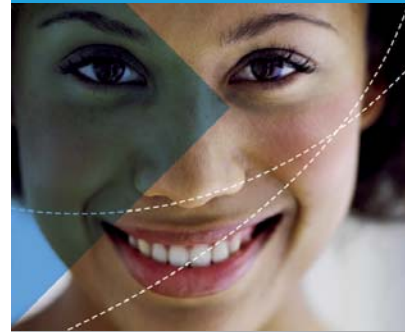
Aan de hand van de bestaande klantendatabase en specifieke PMC's (product markt combinaties) zijn een aantal doelgroepen gedefinieerd en vervolgens zijn prospect adressen aangeschaft.

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!).

Bezoeksafspraken worden meteen aan de telefoon gemaakt voor de buitendienst van TOTAL. Deze leads worden direct en volledig automatisch gedistribueerd naar de verantwoordelijke verkoper die zorgt voor de follow up en het resultaat van zijn of haar verkoopinspanning rapporteert aan het leadmanagement systeem, Leadtracker.

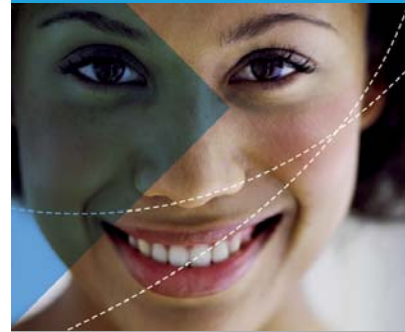
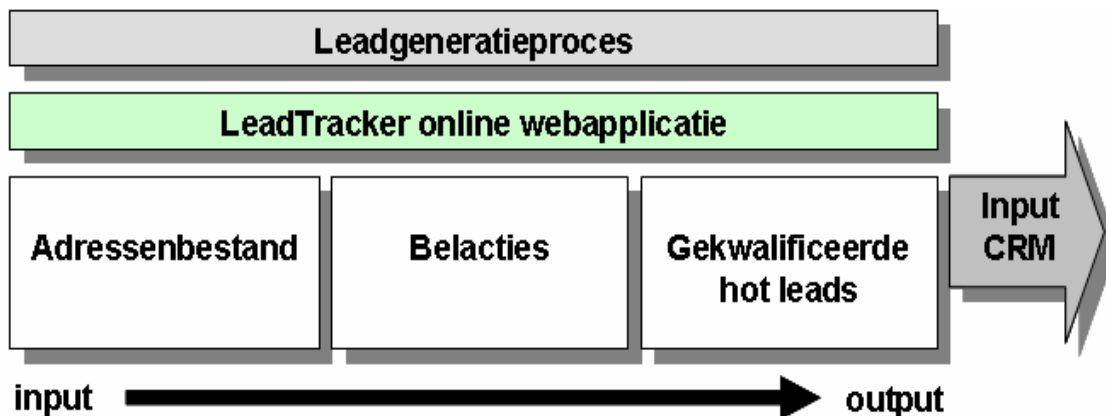


### Proces ondersteuning en transparantie met Leadtracker

Het volledige proces, vanaf de eerste mailing tot en met het “closen” van de lead en het integreren met CRM, wordt ondersteund door Leadtracker.

Door middel van rapportages heeft TOTAL online inzicht in voortgang en resultaten op campagne, PMC en account management niveau.

Leadtracker is een online software oplossing voor leadgeneratie en leadmanagement en staat garant voor een foutloze proces flow. Leadtracker is compatibel met nagenoeg alle CRM systemen.



### Tools

Onderstaande tools worden geïntegreerd ingezet ten behoeve van TOTAL Nederland N.V. leadgeneratie;

- Marktpenetratie analyse
- Gepersonaliseerde mailings per PMC
- Telemarketing / leadkwalificatie
- Leadtracker -> *campagne management, lead allocatie, lead distributie en lead closure*
- E-mailtracker -> *e-mail marketing*
- Webconnector -> *interface met SAP CRM*

### Resultaten

- Nieuwe klanten;
- Continue stroom van gekwalificeerde leads richting TOTAL sales organisatie;
- Opbouw van prospectdatabase, ook voor TOTAL “breed”;
- Veel spin off naar andere TOTAL divisies;
- 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