

KUNDECASE

JYDSK PLANTESERVICE

”Rapporterne er på mange måder en igangsætter for salgsarbejdet”

Michael Nielsen
Jydsk Planteservice A/S.

Jydsk Planteservice er Danmarks største professionelle leverandør af grønne indendørs planteløsninger til over 4500 virksomheder og organisationer. Virksomheden har hovedkontor i Kolding og serviceafdelinger i Køge og Galten og beskæftiger blandt andet 5 salgs- og rådgivningskonsulenter.

Optimal opfølgning

Det gik egentlig udmærket, siger marketingansvarlig Michael Nielsen. Men da vi blev præsenteret for Leadenhancer kunne vi se fordelene ved at arbejde med varme kundeemner eller leads. Vi kunne arbejde smartere og optimere salgsindsatsen.

F.eks. sender vi 4 tilbud, som der skal følges op på. Og i almindelighed vil sælgeren følge op på det største tilbud. Med Leadenhancer følger sælgeren op på de tilbud, der har størst mulighed for at blive til en ordre. Den interesserede kunde læser tilbuddet igennem, går på vores hjemmeside og det ser vi i Leadenhancer. Vores opfølgning på tilbuddet bygger videre på den interesse, som kunden har vist ved sine besøg på bestemte websider. Kvalitet for os og kvalitet for kunden, siger Michael Nielsen.

IP-lead tracking fra

Leadenhancer registrerer og rapporterer detaljeret om alle virksomhedsbesøg på dit website. De besøgendes IP-adresse oversættes til kvalificerede virksomhedsdata i Leadenhancers globale virksomhedsdatabase, og rapporterne indeholder virksomhedsnavn, adresse, telefon, branche o.m.a. Rapporterne, som kan segmenteres, viser bl.a. de besøgte sidenavne, tidsforbruget for hver enkelt side og navnet på den besøgende virksomhed. Data kan integreres i CRM-systemer. IP-lead tracking er udviklet af Leadenhancer, Sverige, og markedsføres i Danmark af Valoris.

Nysalg og mersalg

Leadenhancer leverer en fuld oversigt med navne på virksomheder, som har besøgt vores hjemmesider. Vi kan se, hvilke sider de ser på, og hvor lang tid de bruger. Vi kan se, når eller om de vender tilbage. Vi har således et godt billede af kundernes interesse for vores produkter. Vi kan se, når eksisterende kunder begynder at interessere sig for nye og andre produkter. Vi kan se, når tidligere kunder vender tilbage og kigger på vores produkter. Leadenhancer åbner for mersalg og modvirker, at vi mister ordrer og kunder, siger Michael Nielsen.

Rapporterne er på mange måder en igangsætter for salgsarbejdet. Så når rapporterne f.eks. viser, at et hotel ser på vores produkter, så er det helt naturligt, at vi kontakter de øvrige hoteller i kæden. De øvrige hoteller er måske ikke ligefrem varme leads, men vi har en vedkommende historie i salgsarbejdet.

Sælgerne

Sælgerne har taget godt imod Leadenhancer, og de bruger rapporterne. De planlægger salgsarbejdet ud fra rapporterne om de kundeemner, som har vist interesse for vore produkter og ydelser. Det er motiverende for sælgerne, at marketing leverer et materiale, som er umiddelbart salgsfremmende. Det er også motiverende for sælgerne, at de i stor udstrækning arbejder med varme leads, og at de ved, hvad kunderne interesserer sig for.

Fremtid

Der er mange muligheder, men mulighederne bliver først til virkelighed, når organisationen og sælgerne anvender mulighederne. Det er så nemt at indføre "alt muligt", men tingene skal bruges. Vi vil bygge videre på at identificere kundernes besøg og adfærd på vores hjemmesider og digitale kanaler i øvrigt, og knytte tætte forbindelser mellem sælgerne, tilbud og kundernes adfærd. På den måde kan vi også identificere adfærden hos helt små virksomheder, som ellers ikke kan identificeres, slutter Michael Nielsen.