



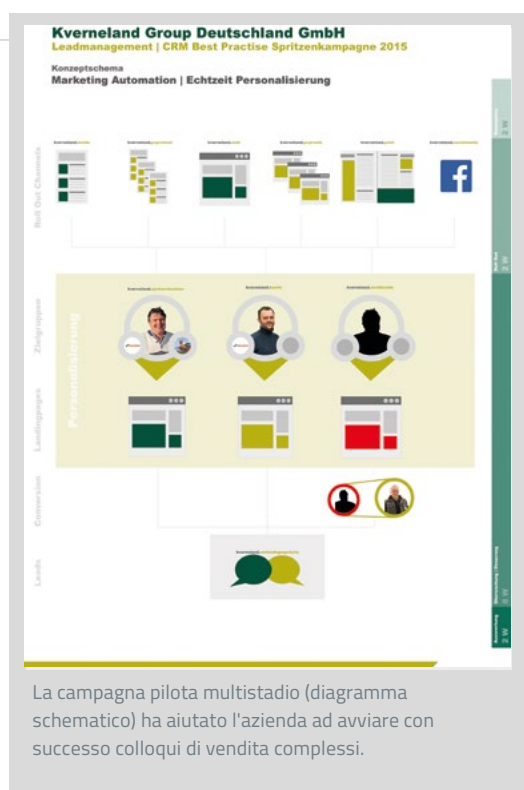
CON EVALANCHE, E-RAUMWERK HA TRASFORMATO IL GRUPPO KVERNELAND GERMANIA IN UN'AZIENDA TRENDSETTER NEL CAMPO DI COMUNICAZIONE CLIENTI ONLINE

Il Gruppo Kverneland Germania, fornitore di attrezzature e servizi di alta qualità per l'industria agricola, si distingue grazie alla sua dedizione all'innovazione e all'impegno a rompere gli schemi. Il Gruppo Kverneland Germania si affida a e-raumwerk, specialista per l'implementazione di processi di automazione di marketing e di lead management, per ottimizzare la comunicazione con i clienti. Con Evalanche, la soluzione automatizzata dell'azienda per l'email marketing, e-raumwerk ha trasformato il Kverneland Group Germany in un trendsetter del settore nel campo della comunicazione online con i clienti.

LA SOLUZIONE INZIALE

Il Gruppo Kverneland, dal 2012 parte del Gruppo Kubota, è un leader globale nello sviluppo, produzione e vendita di attrezzature e servizi agricoli. Come parte di un'iniziativa per ottimizzare la comunicazione con i clienti e allo stesso tempo ridurre i costi di stampa e spedizione, il gruppo Kverneland Germania ed e-raumwerk hanno iniziato a collaborare nel maggio del 2012. L'agenzia si considera un fornitore di servizi completi e supporta i propri clienti in l'implementazione dell'automazione di marketing e dei processi di lead management - dallo sviluppo e dalla progettazione strategica al monitoraggio e garantendo che il processo avviato diventi una parte permanente delle attività del cliente. L'obiettivo specifico della collaborazione delle aziende è stato lo sviluppo di una strategia di email marketing per il Gruppo Kverneland Germania. L'implementazione di successo di questa strategia è stata poi sistematicamente migliorata e ampliata in un processo di lead management a livello aziendale nel 2014. I partner sono riusciti a creare e condurre una campagna pilota online automatizzata in più fasi per fare ciò.

All'inizio del 2015, il segmento di prodotti "Field Spraying" aveva l'obiettivo di far sì che questa campagna fungesse da base per le campagne successive in tutti gli altri segmenti di prodotto. In questo contesto, la domanda principale a cui i partner stavano cercando di rispondere era se i complessi processi di vendita potrebbero essere avviati attraverso campagne online basate su dati CRM a più fasi, utilizzando Evalanche.





I REQUISITI

Per il team che progettava la campagna da un lato, era necessario che la campagna si integrasse perfettamente negli attuali processi aziendali della società e, dall'altro, che fosse sistematicamente adattata alle esigenze dell'azienda strategia d'affari. Un altro requisito era l'uso di strumenti esistenti come Microsoft Dynamics ed Evalanche. Inoltre, il campagna pilota doveva essere realizzato in condizioni di mercato reali ed essere costruito utilizzando componenti operative e concettuali riutilizzabili. L'esplosione di e-mail del roll-out ha raggiunto ca. 3.500 clienti rilevanti. I segmenti a cui erano stati precedentemente aggiunti i dati CRM servivano come base per personalizzare la pagina di destinazione e il processo di gestione dei lead. Il flusso principale era focalizzato su una pagina di destinazione personalizzata just-in-time. Qui, dopo aver attraversato una fase di accudimento, il cliente è stato offerto direttamente o indirettamente la possibilità di ricevere un call-back personalizzato.

L'IMPLEMENTAZIONE

Dopo che e-raumwerk ha completamente riprodotto la comunicazione regolare del Gruppo Kverneland Germania a Evalanche, l'agenzia ha iniziato a lavorare con un gruppo di eccellenza di "lead management" presso il Kverneland Group Germany - un gruppo di lavoro interdisciplinare appositamente creato - per preparare e implementare il principi concettuali e strategici del processo di lead management. La creazione di persone ha incontrato un requisito fondamentale per la comunicazione online che valorizza i clienti. Come risultato della campagna di marketing online preponderante, sono stati avviati in totale 16 processi di vendita di successo con un fatturato totale di oltre 500.000 euro.

I VANTAGGI

La "Campagna pilota CRM BPK 2015" ha dimostrato in modo impressionante che oltre a generare nuovi lead, i processi di vendita complessi potevano essere avviati attraverso campagne online basate su dati CRM in più fasi utilizzando Evalanche e utilizzando un numero considerevole di risorse. Dopo aver completato con successo la campagna pilota, le società hanno lavorato al ridimensionamento del concetto dalla fine del 2015. L'obiettivo è quello di completare l'ulteriore sviluppo dei principi e delle competenze strategiche precedentemente creati entro la fine del 2017, e quindi renderli disponibili a tutti i segmenti di prodotto. In questo contesto, particolare attenzione viene posta all'integrazione armoniosa in un processo di lead management generale e generalizzato.



'Grazie alla sua eccezionale maneggevolezza, alla sua insuperabile flessibilità e al suo ambito funzionale in termini di automazione del marketing e gestione dei lead, Evalanche è uno strumento centrale per i nostri sforzi. La grande capacità di innovazione ha trasformato il Kverneland Group Germany in una delle aziende leader nella comunicazione di clienti online. L'azienda è ora in grado di entrare in comunicazione pertinente e altamente personalizzata con i propri clienti. Questo valore il cliente e offre un sicuro vantaggio competitivo in un mercato volatile.'

Marcus Köhler | Amministratore delegato e-raumwerk