



## KUNDENREFERENZEN

# Mitel erhält durch Priority Engine™ Einblicke in konkrete Kaufabsichten und schließt dadurch zahlreiche Verkaufsmöglichkeiten in EMEA ab

### Überblick über das Unternehmen:

Mitel ist ein führender Anbieter im Bereich Business Communications aus Kanada und verfügt über 2.500 Vertriebspartner und unzählige regionale Hauptsitze weltweit.

Die Kommunikationsexperten bei Mitel bedienen mehr als 70 Mio. Nutzer in mehr als 100 Ländern. Seit der Übernahme von Shortel im September 2017 hat das Unternehmen weltweit den zweitgrößten Marktanteil im Segment Unified Communications as a Service (UCaaS).

### Herausforderung:

Die Aufgabe der Marketingabteilung von Mitel bestand darin, Leads an die zugehörigen Vertriebsteams in EMEA zu liefern, welche auf regionaler Ebene über eine genaue Definition ihrer jeweiligen Zielgruppe verfügen. Die Herausforderung war dabei, ihnen kontinuierlich qualifizierte und hochwertige Leads zuzuspielen.

### Lösung:

Die Nutzung von Priority Engine™ ermöglichte Mitel EMEA eine konsistente Generierung von qualifizierten Kontakten, wodurch sich die Telemarketing- und Nurturing-Ergebnisse stark verbessert haben.

### Ergebnis:

- Innerhalb von zwei Quartalen wurden Verkaufsmöglichkeiten im Wert von mindestens 2 Mio. US-Dollar umgewandelt.
- Die Open und Click-Through-Raten (CTR) der Mitel E-Mails haben sich verdoppelt.



## **Präzises Targeting für eine bessere und hochwertigere Lead-Qualität**

Vor dieser Position war **Colin Mann Enterprise Demand Generation Manager** und als solcher vorwiegend für die Generierung von Leads in den USA verantwortlich. Dadurch ist er zum ersten Mal mit TechTarget in Kontakt gekommen.

Als er dann in seiner jetzigen Rolle einen Anbieter auswählen musste, war ihm besonders wichtig, mit einem Partner zusammenzuarbeiten, der den Markt in EMEA versteht und über regionale Präsenz verfügt, weshalb sich TechTarget durch die Kombination aus globaler Präsenz und regional verteilten Teams von den Wettbewerbern abgehoben hat.

Darüber hinaus suchte er speziell nach einem Partner, der lokale Entscheidungsträger im Bereich UCaaS erreichen konnte. Die hochwertigen und lösungsorientierten Inhalte auf den mehr als 140 technologiespezifischen TechTarget-Seiten ermöglichten es, dass Mittel durch TechTarget genau die Zielgruppe ansprechen konnte, die sie in EMEA anvisierten.

**“ Ich war immer schon der Meinung, dass die Datenqualität von TechTarget sehr gut ist. Die Kombination aus starker Präsenz und großer Zielgruppe hat mir die Wahl leicht gemacht.”**

Eine weitere Begründung, wieso sich Colin Mann für TechTarget entschieden hat, ist: „Ich war immer schon der Meinung, dass die Datenqualität von TechTarget sehr gut ist. Die Kombination aus starker Präsenz und großer Zielgruppe hat mir die Wahl leicht gemacht.“

## **Unterstützung der Telemarketing-Aktivitäten und Verbesserung der Kontaktqualität**

Mit der Hilfe von Priority Engine™, der Plattform für Einblicke in Kaufabsichten, die TechTarget-Kunden Echtzeit-Zugang zu aktiven IT-Käufern bietet, war Colin Mann in der Lage, seine Nurturing-Aktivitäten zu optimieren. Dadurch haben sich die Ergebnisse der Kampagnen wesentlich verbessert.

Insgesamt hat er 25 verschiedene Target Profiles innerhalb der Plattform basierend auf unterschiedlichen Zielgruppensegmenten aufgesetzt. Aktive Kontakte, die mit den Filtereinstellungen der jeweiligen Mittel-Profile übereingestimmt haben, wurden entsprechend auf wöchentlicher Basis aus Priority Engine exportiert und direkt in passende Nurturing-Streams eingebettet. Da diese exportierten Kontakte potenzielle Kunden sind und in diesem Fall auch zu Mittel-Lösungen auf den TechTarget-Seiten recherchiert haben, wurden sie automatisch weiter unten im Sales Funnel eingeordnet. Folglich stellte Colin Mann fest, dass hieraus Vertriebsmöglichkeiten in Höhe von fast 2 Mio. US-Dollar abgeschlossen werden konnten.

Darüber hinaus hat Colin Mann Priority Engine dazu benutzt, seine Telemarketing-Aktivitäten voranzutreiben. Für ausgewählte Accounts

hat er Informationen zu Kaufabsichten und Rechercheaktivitäten aus Priority Engine exportiert und diese direkt an seine Telemarketingagenturen weitergeleitet. Diese haben die Accounts dann direkt angerufen, was sich als äußerst erfolgreich erwiesen hat. Mit den bisher erhaltenen Kontakten hat das Telemarketing-Team derzeit Projekte in Höhe von 1,3 Mio. US-Dollar in Großbritannien, etwa 0,5 Mio. US-Dollar in Deutschland und circa 24.000 US-Dollar in Frankreich abgeschlossen. „Diese Zahlen basieren auf einer Kampagnenlaufzeit von etwa zweieinhalb Quartalen – also ein vortrefflicher Return on Investment für diesen Zeitraum“.

### Zusätzliche Geschäftsvorteile

Colin Mann bestätigt auch, dass die Account-Manager von TechTarget mit ihrer Unterstützung und ihrem Fachwissen einen großen Teil zum Erfolg des Programms beigetragen haben.

Die proaktiven Initiativen des TechTarget-Teams waren nicht nur beeindruckend, sondern stellten auch sicher, dass sich seine Mitarbeiter bestens mit der Plattform und den Kampagnen

auskennen. Das Feedback, das er erhalten hat, führte außerdem dazu, dass er E-Mails, Inhalte und Nurturing-Kampagnen anpassen bzw. neu aufsetzen konnte. Als Resultat haben sich seine E-Mail-Öffnungs- und Click-Through-Raten (CTR) verdoppelt. Er fügt hinzu: „Natürlich könnte ich auch einen Berater oder eine Agentur beauftragen und deren Rat erhalten. Aber ein Partner wie TechTarget, der diese ausführliche Unterstützung und dieses detaillierte Wissen anbietet, hat uns einen enormen Mehrwert gegeben und unser Verhalten verändert – etwas, was ich sehr geschätzt habe.“

### Über TechTarget

TechTarget (Nasdaq: TTGT) ist einer der weltweit führenden Anbieter von B2B-Marketing- und Vertriebslösungen, die sich auf die Kaufabsichten von IT-Entscheidungsträgern fokussieren und dadurch einen geschäftlichen Mehrwert für Technologieunternehmen liefern. Durch die Bereitstellung von unzähligen und hochwertigen redaktionellen Inhalten auf unseren mehr als 140 zielgerichteten, technologiespezifischen Webseiten zieht TechTarget entsprechende Technologiekäufer und IT-Interessenten an und liefert ihnen genau die Informationen, die sie benötigen um die Bedürfnisse und Schwachstellen der IT in ihrem Unternehmen zu untersuchen. Durch die Identifizierung und Analyse des Rechercheverhaltens dieser Käufer auf unserem Netzwerk kann TechTarget seinen Kunden Erkenntnisse zu Kaufabsichten zur Verfügung stellen, die zu effizienten und effektiven Vertriebsmöglichkeiten und neuen Projekten weltweit führen.

TechTarget hat Niederlassungen in Peking, Boston, London, München, Paris, San Francisco, Singapur und Sydney. Für weitere Informationen besuchen Sie [techtarget.de](http://techtarget.de) und folgen Sie uns auf Twitter @TechTargetDE.



 Landwehrstraße 61, 80336 München, Deutschland

 +49 172 140 6827

 [mrottlaender@techtarget.com](mailto:mrottlaender@techtarget.com)

 [www.techtarget.de](http://www.techtarget.de)