

CASE STUDY

COLT NEDERLAND



© Heuvel Marketing 2013





"Ik kan Heuvel Marketing alleen maar aanbevelen bij anderen, en dat doe ik ook regelmatig"

Klant • Colt International in Nederland is onderdeel van Colt International: een wereldwijd opererende onderneming die zowel voor de industrie als de utiliteitsbouw oplossingen levert op het gebied van klimaattechniek, brandveiligheid, buitenzonwering en daglichttechniek.

Uitdaging • Colt Nederland wilde op marketinggebied verschillende doelen bereiken:

1. Realiseren van meer gericht webverkeer;
2. Genereren van een groter aantal gekwalificeerde sales leads via de website;
3. Meer rendement uit social media.

Oplossing • Een passende inbound marketing strategie met Hubspot software, waarbij de focus ligt op social media management, lead nurturing en prospect reporting.

Resultaat • Een sterke toename in de kwantiteit en kwaliteit van websitebezoekers en leads.

Begin 2011 beseftte Gertie Arts, marketing- en communicatiemanager bij Colt, dat er iets moest veranderen in de marketing van Colt. De organisatie maakte destijds wat online marketing betreft enkel gebruik van email nieuwsbrieven. Colt wilde de traditionele marketing uitbreiden met social media en een goede online strategie. Na enige research en een goed gevoel bij de Hubspot software schakelde Gertie de hulp in van Heuvel Marketing voor het ontwikkelen en uitvoeren van een passende inbound marketing strategie. Samen gingen ze de marketing-uitdagingen van Colt aan.

Stappenplan

Het eerste jaar stond in het teken van de implementatie van inbound marketing en Hubspot. Aan de hand van een stappenplan gingen Colt en Heuvel Marketing aan de slag. Hierbij werden de volgende stappen ondernomen:

1. Inbound marketing workshop, waarbij de salesmanagers en adviseurs van de verschillende vakgebieden hun ideale klanten, ofwel de *buyer persona's*, en hun *wakkerligpunten* omschreven.



*Gertie Arts, marketing- en
communicatiemanager
bij Colt Nederland*

2. Editorial calendar, waarin per buyer persona werd vastgelegd wanneer, welke blogartikelen geschreven zouden gaan worden.
3. Promotieschema van relevante social media kanalen per buyer persona.
4. Schrijven van blogartikelen; één nieuw artikel per week op de website.
5. Social media promotie, waarbij ieder vakgebied een kennisleider aanwees die de taak kreeg om blogartikelen onder de aandacht te brengen bij de relevante LinkedIn discussiegroepen.
6. Leads genereren, aan de hand van gepubliceerde whitepapers en case studies en diverse e-mailmarketing campagnes.
7. Implementatie van de HubSpot Software. Deze software stelt Gertie eenvoudig in staat om relevante content te publiceren en deze te optimaliseren voor online vindbaarheid. Daarnaast kan voor alle social media marketing activiteiten worden geanalyseerd welke acties welke leads opleveren.

Lead nurturing systeem

Na een jaar van implementeren en wegwijs worden in de inbound marketing, ontstond de noodzaak om meer te focussen op lead nurturing. Door de blogartikelen en het delen van content via social media werden immers steeds meer leads gegenereerd. Colt en Heuvel Marketing ontwikkelden daarom een plan om lead scoring te gebruiken om de relevantie van leads te bepalen.

Wanneer er nu een lead binnenkomt, wordt deze gekwalificeerd en gecategoriseerd door een medewerker van de salesafdeling. De leads krijgen vervolgens automatisch drie maal aanvullende informatie in de vorm van relevante blogartikelen, case studies of een aanbieding. Dit wordt ingericht aan de hand van zijn eerdere acties op de website. Hubspot houdt vervolgens bij hoe actief de lead reageert op de content. Van elke lead wordt een scoreprofiel bijhouden, zodat eenvoudig kan worden gezien wie waardevol is en wie moet worden nagebeld.

Gertie is erg te spreken over dit lead nurturing systeem: "Niet iedere lead is direct interessant voor sales. Door de leads te kwalificeren en ze pas bij een bepaalde score tot sales qualified lead te bestempelen, kunnen sales

medewerkers heel gericht en daardoor efficiënt hun werk doen.”

Toename websitebezoekers en leads

De inbound marketing activiteiten zijn niet alleen nuttig omdat ze veel tijd en energie besparen, maar ze leveren ook andere mooie resultaten op. Zo is het websiteverkeer aanzienlijk toegenomen, zowel in kwantiteit als in kwaliteit. Colt blogt namelijk over onderwerpen waar de doelgroep zich mee bezig houdt, waardoor de kwaliteit van de zoekers sterk verbeterd.

Daarnaast neemt ook het aantal leads sterk toe. Alleen al via discussies in LinkedIn zijn de laatste twee jaar meer dan 300 leads gegenereerd. Verder is het aan de toename in leads goed te merken wanneer er een bepaalde actie is ondernomen, zoals een e-mailcampagne of de publicatie van een nieuwe whitepaper. Onderstaande afbeelding illustreert dit mooi. In januari 2011 is Colt Nederland begonnen met inbound marketing en sindsdien is het aantal leads aanzienlijk toegenomen.



Al met al is Gertie alleen maar tevreden met Heuvel Marketing. De samenwerking met Heuvel Marketing gaat prima. “We hebben veel persoonlijk en telefonisch contact. Ik weet dat ik altijd kan aankloppen als ik iets te vragen heb.” Door de positieve resultaten wil Colt dan ook absoluut doorgaan met Hubspot en de samenwerking met Heuvel Marketing. “Hubspot is gebruiksvriendelijke software, maar voor het opzetten en implementeren van een inbound marketing strategie zou ik iedereen aanraden om dat samen te doen met een partner die je stapsgewijs door het proces voert. Hiervoor kan ik Heuvel Marketing alleen maar aanbevelen bij anderen, en dat doe ik ook regelmatig.”