

LEADGENERATIE DOOR IDG

Waarom Leadgen via IDG?

IDG is de grootste IT Uitgeverij ter wereld:

- maakt gebruik van de nieuwste technologieën,
- gevestigd in 90 landen wereldwijd,
- een eigen wereldwijde datapool.

Toegewijd een wereldwijde IT-publiek te bereiken en met echt gelokaliseerde messaging te informeren. IDG publiceert ook specifieke markt thought leadership papers ten behoeve van haar klanten, en produceert onderzoek voor B2B-marketeers wereldwijd.

IDG Benelux heeft een eigen first party database met volledige opt-in gegevens en dat deel uitmaakt van de IDG Global first party database. Deze database kunnen wij matchen met uw target lijsten of criteria om een datapool te creëren waarin uw content wordt gepromoot.



Door jaren lange opbouw van het wereldwijde IDG eco-systeem:

- in contact met 44 miljoen business decision makers,
- mogelijkheid om in 147 landen leads te genereren,
- op basis van de meeste relevante onderwerpen, gericht een doelgroep te benaderen e aan te spreken.

Ieder contactpersoon binnen IDG first party database

Heeft ervoor gekozen om content te lezen en/of te hebben gedownload vanuit het IDG Global Demand Generation Eco-system.

Heeft zich gratis geregistreerd als abonnee bij IDG.

Heeft de volledige registratie afgerond met zijn/haar business card contactgegevens, inclusief meer dan 15 punten qua informatie verstrekking: naam, e-mail adres, telefoonnummer, functie niveau, bedrijfsnaam, bedrijfsgrootte, informatie over interne verantwoordelijkheid, enz..

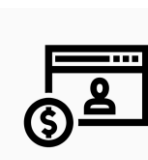
Heeft zijn/ haar volledige opt-in gegeven aan IDG en het IDG cookie beleid, en weet dat er contact wordt opgenomen door IDG en de IDG partners.



Marketing Qualified Leads



GDPR Proof



Costs Per Lead Model



OPSTART

De start van een mogelijke campagne is in eerste instantie gericht op de vraag: **‘Wat verstaat uw organisatie onder een lead?’**

Het beginproces bestaat uit het delen van informatie om te komen tot de juiste omschrijving van een lead die door IDG gegenereerd zal worden. Middels een aantal profilerende vragen identificeren wij uw doelgroep.

- Wat is het betreffende onderwerp?
- Heeft u al materiaal beschikbaar dat tevens gedeeld kan worden voor een mogelijke campagne?
- Wat is de gewenste periode voor een campagne?
- Wat is het gewenste profiel?
- Wat is de gewenste bedrijfsgrootte?
- Dienen wij rekening te houden met specifieke verticals/ industries? En kunt u deze definiëren?
- Werkt uw organisatie met een specifieke targetlijst (TAL) en kunt u deze ook delen?
- Dient IDG rekening te houden met een exclusionlijst en kunt u deze delen?
- Zijn er aanvullende vragen die er gesteld moeten worden, tijdens een gesprek tot leadkwalificatie? En kunt u deze vragen met ons delen?

Op basis van de antwoorden op de hierboven gestelde vragen, zal IDG verschillende mogelijkheden samenstellen die besproken worden tijdens een gesprek.

WERKWIJZE

De leads die behaald worden kunnen een mix zijn van een TAL-en IDG data (look-a-likes). De data van IDG is in ruim 50 jaar opgebouwd en verzameld en dit proces is nog altijd gaande. IDG mag deze data gebruiken en haar werkwijze voldoet aan de reeds geldende **GDPR** wetgeving. GDPR regelgeving – alle data die IDG over de loop der jaren heeft verzameld valt onder de strenge regelgeving van AVG. Dit betekend dat elke lead die wij genereren voldoet aan deze strenge eisen

IDG voldoet al jaren aan de wens om profielen te werven voor haar klanten. Door deze ruime ervaring en expertise herkennen wij de best mogelijke aanpak voor iedere campagne. De aanpak van IDG is gericht op TM, omdat het ‘vrijblijvend’ downloaden van papers, mede door GDPR, achterhaalt is.

IDG heeft alle data van de betreffende doelgroepen al in haar database en wij zijn daarom instaat om de gewenste doelgroep gericht te benaderen. Aan de hand van een call script, dat vooraf is gedeeld en goedgekeurd door de opdrachtgever, zullen wij het gesprek aangaan met de betreffende persoon. Telefonisch worden alle zaken gecontroleerd en bevestigd om uiteindelijk te komen tot een lead.

Het proces van een gemiddelde IDG campagne bestaat uit de volgende onderdelen:

- opstarten van een campagne bedraagt maximaal 1 week,
- gemiddelde looptijd van een campagne bedraagt 8-12 weken,
- iedere week vind er op een vast moment op een vooraf besproken dag een leadupdate plaatst en bestaat uit:
 - Excel sheet ->link naar een Excel sheet word verzonden vanuit een Cloud omgeving,
 - nieuwe leads die in de voorafgaande week zij behaald,
 - de informatie die word gedeeld voldoet aan alle criteria die vooraf zijn besproken,
 - de leadinformatie bestaat altijd uit de ‘visitekaartje’ informatie, aangevuld met wensen per klant,
 - de betreffende contactpersoon van uw organisatie krijgt via een Cloud omgeving en een wachtwoord, toegang tot de nieuwe leadupdate,
 - de campagne staat live tot het moment dat alle leads zijn ingevuld,
 - de werkwijze van IDG is gericht op een ‘cost per lead model’ (CPL).

RESULTAAT

Leadgeneratie kan op verschillende manier worden ingevuld door IDG, maar de basis hiervan is een goed gesprek. Onderdelen die besproken kunnen worden zijn:

- Marketing Qualified Leads (MQL),
- High Qualified Leads (HQL),
- Daily Call Rates; indien u een target lijst heeft en hiervan de gegevens wilt checken, kunnen wij op basis van een DCR deze lijst doorlopen,
- Leads op basis van gedrag, real time, en in combinatie met TAL -> IDG Insights.

Als onderdeel vanuit de IDG Service Level Agreement (SLA), kunt u het volgende verwachten:

- afronding van de campagne binnen de bestelde periode
- GDPR compliant leads,
- de Leads zijn middels TM benaderd en geïnformeerd over de insteek van de campagne,
- IDG levert profielen aan die voldoen aan de vooraf besproken criteria,
- IDG voorziet haar klanten van een wekelijkse rapportage,
- IDG voorziet haar klanten van een gedegen advies en indien nodig, aanpassing van de campagne.

MEER INFORMATIE OF PERSOONLIJK ADVIES?

Neem contact op met Rogier Warnink.



0630348908



rwarnink@idg.nl