

# Transparante methodiek leidt tot new business in het kanaal

Eerder schreef ChannelConnect al over de nieuwe opzet van de channel-organisatie bij Fujitsu. Onlangs kondigde deze leverancier een nieuwe stap aan. Samen met Channext, een start-up die helpt om de boodschap van fabrikanten via het kanaal bij de juiste eindklanten te laten landen, wordt de co-marketing en leadgeneratie vormgegeven.

Tekst: Mels Dees

**D**ennis ten Boden, Head of Channel Sales bij Fujitsu, zegt: "Iedereen in de branche kent het fenomeen co-marketing. Een samenwerking tussen leverancier en channel partner om een propositie en/of promotie naar de eindgebruiker te communiceren, met als doel om leads en (new) business voor beide partijen te realiseren. Uit het Fujitsu partner tevredenheidsonderzoek is dan ook gebleken dat Fujitsu haar channel partners hiermee een nog betere partner experience en daarmee toegevoegde waarde kan bieden. Leveranciers zijn op zoek naar transparantie en het bieden van echte toegevoegde waarde, en wij verwachten door de samenwerking met Channext dat inzicht te krijgen."

## Gepersonaliseerde boodschap

Hennie Jansen is Partner en CCO bij het in Utrecht gevestigde Channext. "Het echt e ectief omgaan met co-marketing en leads is voor veel business partners niet eenvoudig", legt hij uit. "Ze beschikken ook niet altijd over een organisatie met een uitgebreide marketingafdeling."

Het bijzondere van Channext, volgens Jansen zowel een platform als een methodiek, is dat de boodschap van de fabrikant die via de kanalen (website, social media) van de business partner naar de eindgebruiker

## 'Leveranciers zijn op zoek naar transparantie'

gaat heel persoonlijk is - de reseller kan elke boodschap personaliseren - maar dat het 'onder de motorkap' een heel e ectieve en schaalbare one to many oplossing is. Jansen: "We maken een digitale verbinding met de website van de business partner, die geeft de categorieën aan waarmee hij actief de markt op wil. Hij bepaalt met welke producten of diensten hij campagnes wil voeren, wat hij aan social marketing wil doen of hoe hij via advertenties trafic wil genereren."

De personalisatie gaat zelfs zover, legt Jansen uit, dat ook one-to-one mogelijk zijn. "Dan maken we voor een specifieke business partner een special alleen voor en met hem. Helemaal gericht op zijn markt en zijn segment."

## Dashboard

Een belangrijk onderdeel van Channext vormt het dashboard waarin de channel partner en de fabrikant kan zien hoe de campagne presteert. "Je kunt de journey van de eindklant volledig volgen, en hem daar waar nodig, bijvoorbeeld als het daadwerkelijk tot een salesgesprek komt, inhoudelijk bijstaan om tot de beste propositie te komen. Ook is het heel eenvoudig om via A/B-testen te bepalen welke campagne-elementen succesvol zijn en welke niet."

"Daarnaast is het zo dat elke fabrikant bij nauwkeurige analyse partners heeft die potentiële groeibriljanten zijn, maar nu nog wat onder de radar acteren", weet Jansen. "Die komen in dit systeem veel sneller bovendrijven."

Het is bekend: alle business partners vragen om leads. In feite creëert de vendor, via de kanalen van de reseller,

marketing leads als hij werkt met Channext. De volgende stap is dan dat je ervoor moet zorgen dat die leads ook tot orders leiden.

## Social media specialist

Om dat te optimaliseren heeft Channext een samenwerking met een partij die gespecialiseerd is in LinkedIn- en Facebook-advertising.

Jansen: "Zij ontwikkelen voor alle partners waarmee wij samenwerken landingspagina's die voor een heel goede conversie zorgen."

Voor Dennis ten Boden is het daarbij interessant dat de opvolging van de leads in het dashboard te monitoren zijn. "De samenwerking met onze business partners wordt intensiever, persoonlijker en transparanter." ■



## Pilotgroep

*Fujitsu ging niet zonder voorbereiding met Channext in zee. Ten Boden: "We hebben eerst bij een klein aantal channel partners getoetst of ze interesse hebben in het concept. Je vraagt immers toch ruimte op de website van een channel partner. Dat kan in eerste instantie eng overkomen." De reacties van de pilotgroep gaven voldoende vertrouwen in een succesvolle inzet van Channext. "Onze partners krijgen de beschikking over de complete advertisingkracht van Fujitsu en hebben bovendien vrijwel continu nieuwe content op hun website."*