

KICK-OFF BUILDING HOLLAND, 17 JANUARI 2017

# Case study: ABB

Building Holland

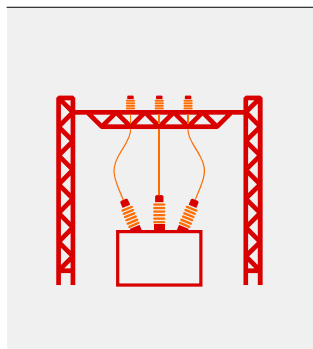
Margreet Bouwman, Communication Specialist



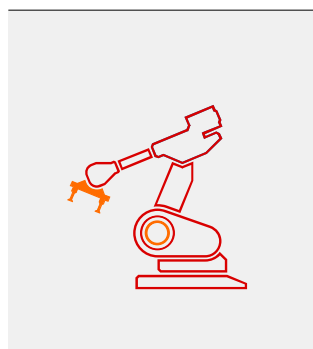
# ABB

## Even voorstellen

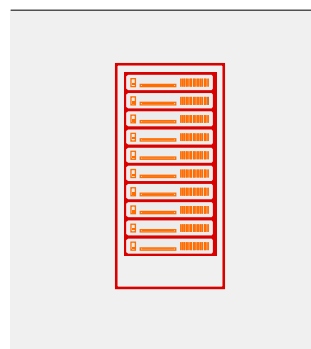
ABB is een grensverleggende, technologische marktleider op het gebied van laag- en middenspanningsproducten, power grids, industriële automatisering, robotica en drives en biedt wereldwijd oplossingen voor klanten in de bouw, industrie, transport & infra. Met 125 jaar ervaring op het gebied van innovatie richt ABB zich nu op de toekomst van de industriële digitalisatie en de vierde energie & industriële revolutie. Het concern opereert in meer dan 100 landen met ongeveer 135.000 medewerkers.



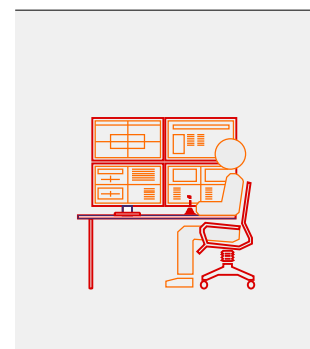
Power Grids



Discrete Automation  
and Motion



Electrification  
Products



Process  
Automation

---

## ABB & Building Holland

### Vraagstellingen & doelstelling 2016

- ABB is partner van Building Holland vanaf het 1e uur
- Doel is ontmoeten van nieuwe klanten
- Ervaring is dat bestaande doelgroep zich niet aanmeldt
- ABB is vrij onbekend bij de nieuwe klanten; hoe krijgen we nieuwe bezoekers naar & op de stand

Doelstelling 2016:

6 x zoveel leads genereren als in 2015

---

## Plan van aanpak

### Voorafgaand aan Building Holland

Voorafgaand aan Building Holland:

- Intern een werkgroep samengesteld met sales, product marketing & communicatie
- Profielen gemaakt van de standbemanning
  - Waar wil je op getraind worden
- Profielen gemaakt van de klanten
  - Wie wil je ontmoeten
  - Wat is zijn rol
  - Hoeveel personen per dag
  - Wat wil je uit het contact halen en wanneer
- Samen de doelen bepaald
- Klantprofielen gebruikt voor trainen
- Aan de hand van de lijst met voorregistraties bepaald wie je wilt ontmoeten tijdens het event

---

# Plan van aanpak

Voorafgaand aan Building Holland

Voorafgaand aan Building Holland:

Communicatie:

- Uitnodigingsfilmpje van Building Holland aangepast en geplaatst op YouTube
- SEA ingezet op deze film én op twitter en LinkedIn advertenties
- Uitnodigingslink mee in de digitale nieuwsbrieven van ABB + reminder
- Uitnodigingslink gedeeld met partijen waar we mee samenwerken
- Uitnodigingslink geplaatst op de ABB website
- E-mail banners voor in de mail
- Teksten voor sales voor persoonlijk uitnodigen
- Vermelding in papieren magazine van ABB

---

## Plan van aanpak

### Tijdens/Na Building Holland

#### Tijdens Building Holland

- Inzet van een matchmaker
  - Traffic op de stand
  - Match met de standbemanning
  - Energizer
  - Vertelt over ABB
- Registreren van bezoekers

#### Na Building Holland

- Bedank e-mail
- Persoonlijk geschreven bedankkaart
- Verwerking in een CRM-systeem voor opvolging
- Telemarketing
- Opvolging door Sales

---

# Evaluatie

## ABB & Building Holland

- ROI van 117% op het event
- 8239 views via SEA op Youtube
- Twitter & LinkedIn Advertenties, 800 clicks
- Digitale nieuwsbrieven, 11 clicks
- Eerste selectie door matchmaker is waardevol
- Doelstelling 6x zoveel leads genereren ruim behaald



Bedankt voor uw aandacht!

Tot ziens op Building Holland 2017!

