



How to acquire new customers today

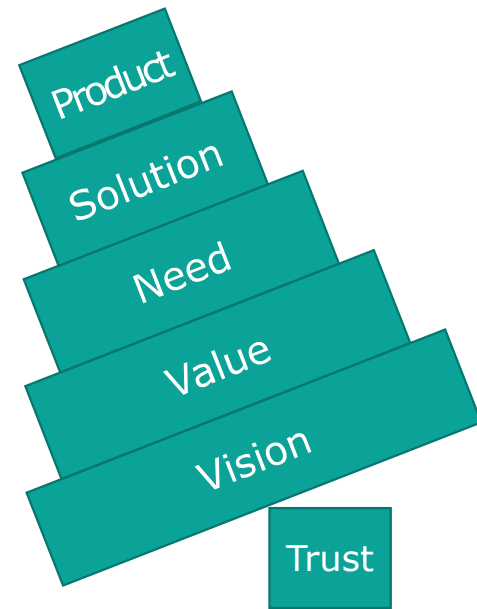
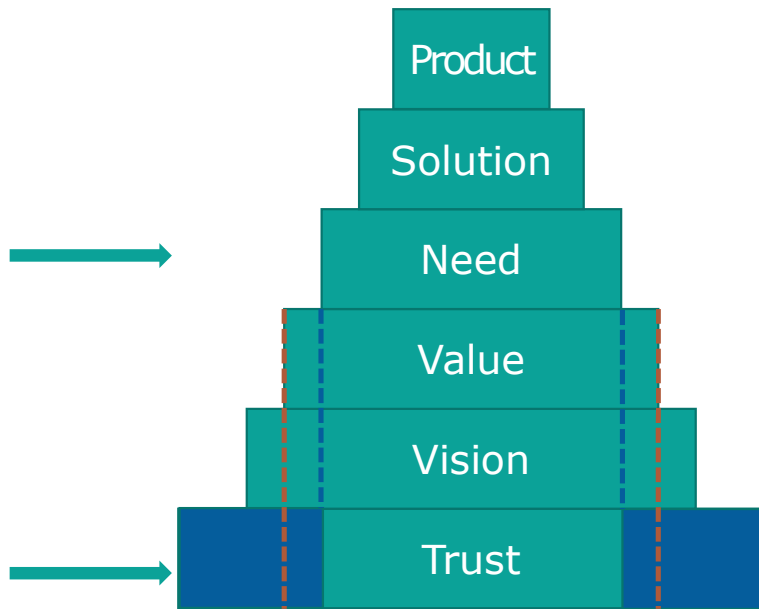
Nicolas Dejeansart
Pascal Persyn





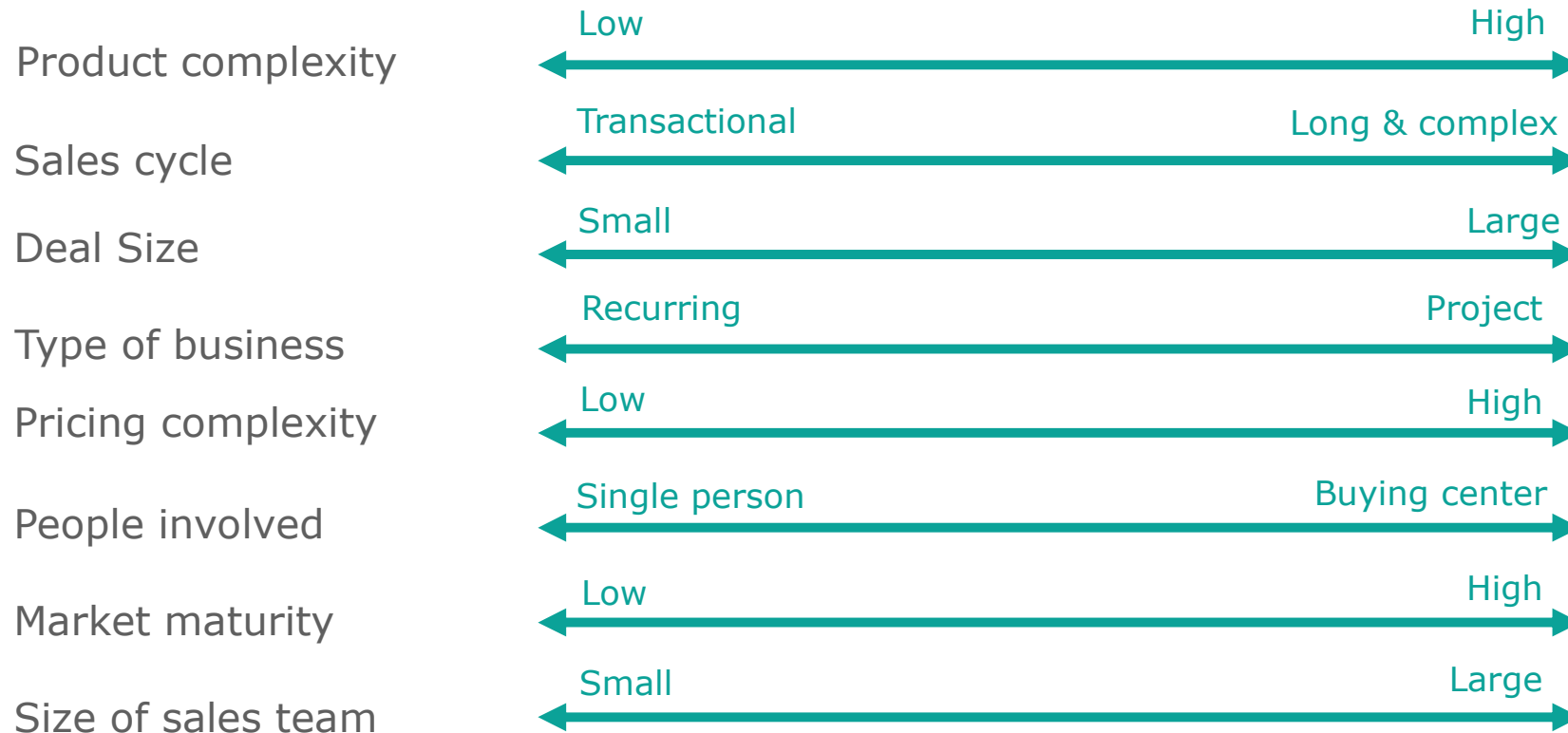


Foundation: A strong business relationship





Criteria influencing sequence design

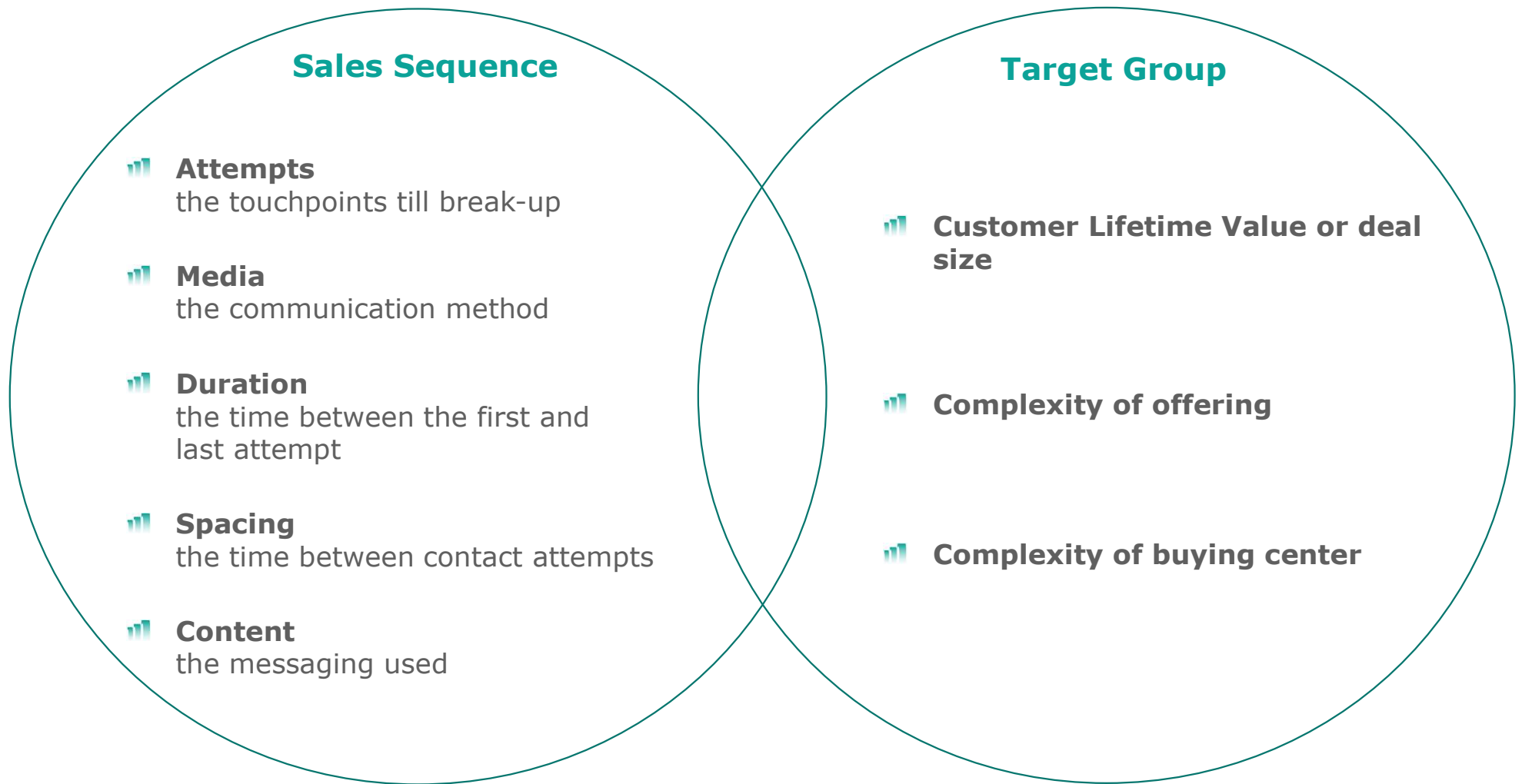




Get started the right way



Customer acquisition sales sequence design





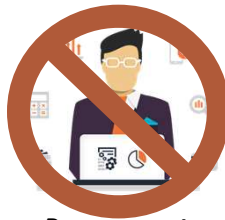
Targeting

- Select verticals or companies with highest probability to respond
- Group based on same reason to buy
- Target audience big enough for the effort

Messaging with impact: Target personal impacted people



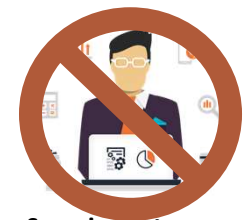
**Surgeon /
specialist**



Procurement



COO



**Sourcing Category
manager**



Biotechnician



Head of OR



**Production
Manager**



ICT Manager

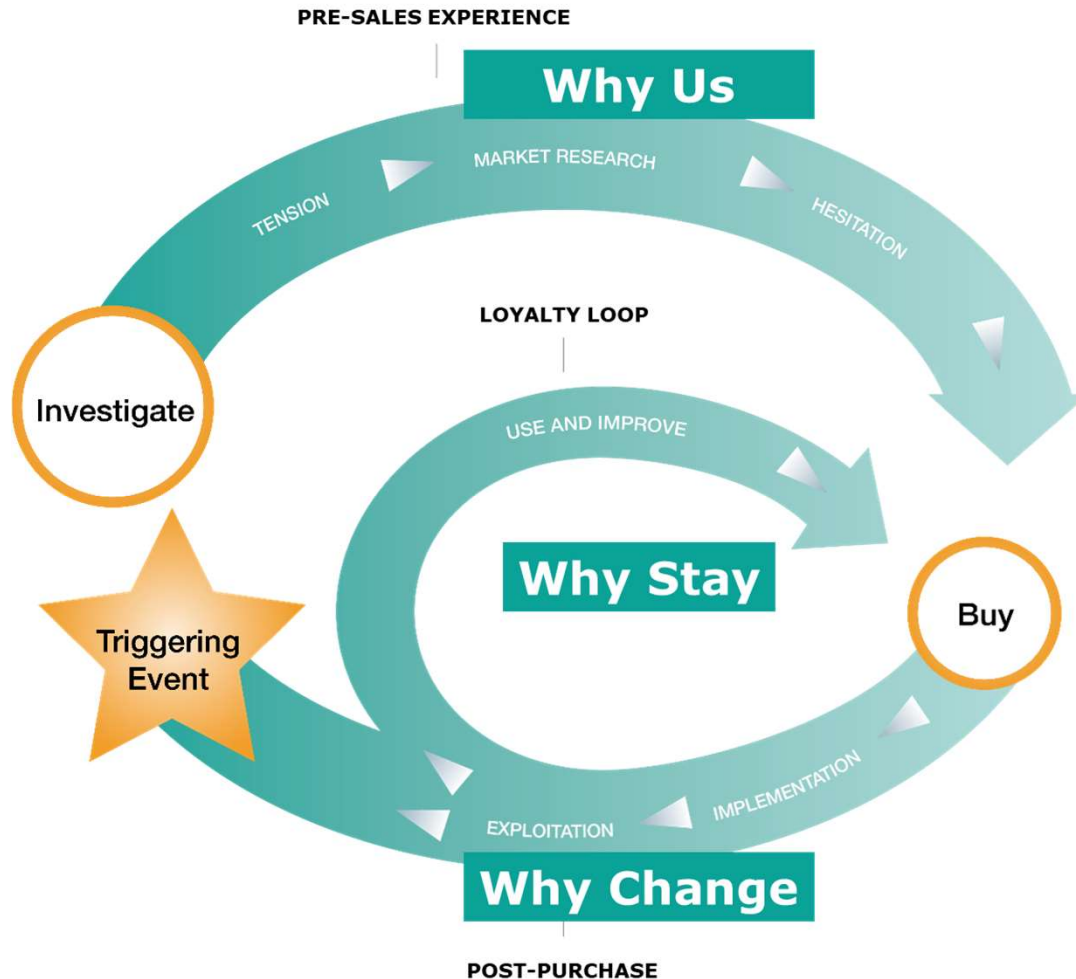


**R&D
Manager**



**Quality
Manager**

Messaging with impact: Lead with 'why change'



- Understand the reasons for which a customer is willing to change in a foreseeable future
- “why change” messaging undermining the going concern to break the status quo
- Remember: you are breaking in your contacts buying cycle.



How to design your sales sequence

CONNECTION
ANALYSIS
SEARCHING
VERIFICATION
CODING
SENDING



Choosing the right approach based on the degree of relationship

Degree of relationship

Approach (1st steps phase 1)



■ Ex client

Call / Email “current challenge or near future”

■ Changed job

Call / Email “changed job”

■ Prospects who know us

Call / Email drip campaign

■ Lost deals

■ On hold

■ Too early in buying cycle

■ Old LinkedIn connections /
Cold prospects

Call / LinkedIn drip campaign / Email
drip campaign

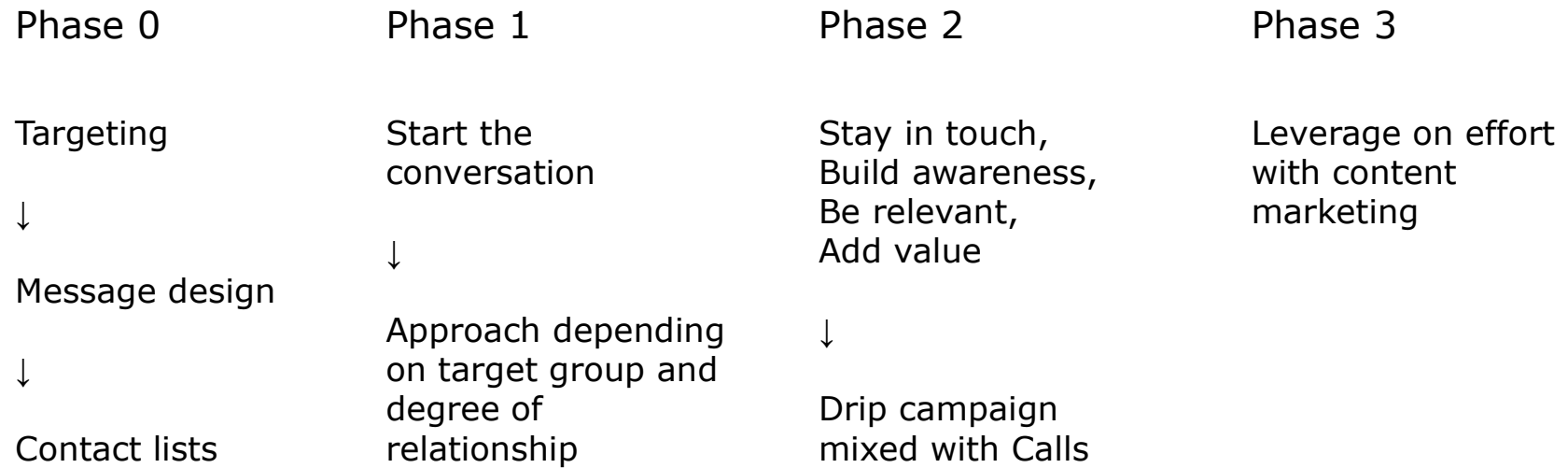
Prioritize based on ‘warmth’ except for strategic targets



Case: unknown high value contacts

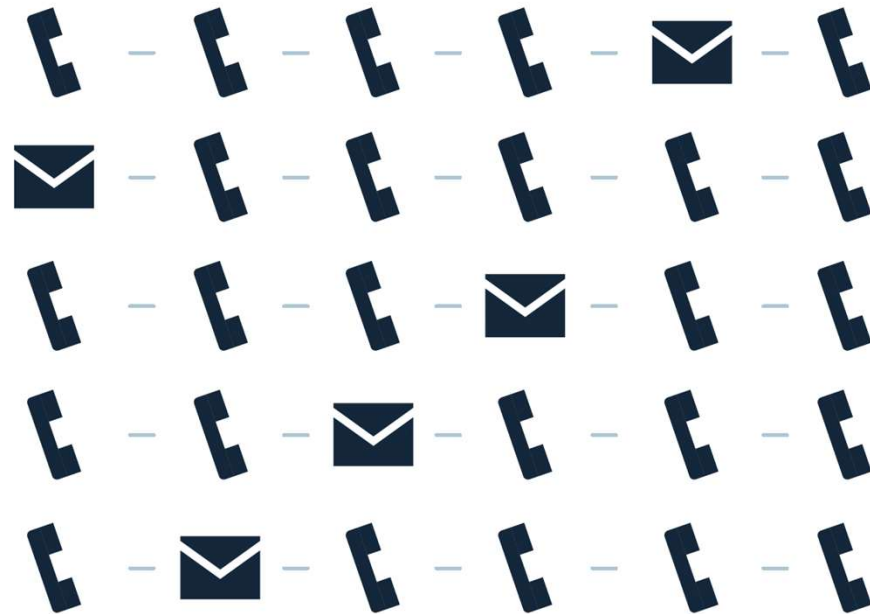


Lead generation phases





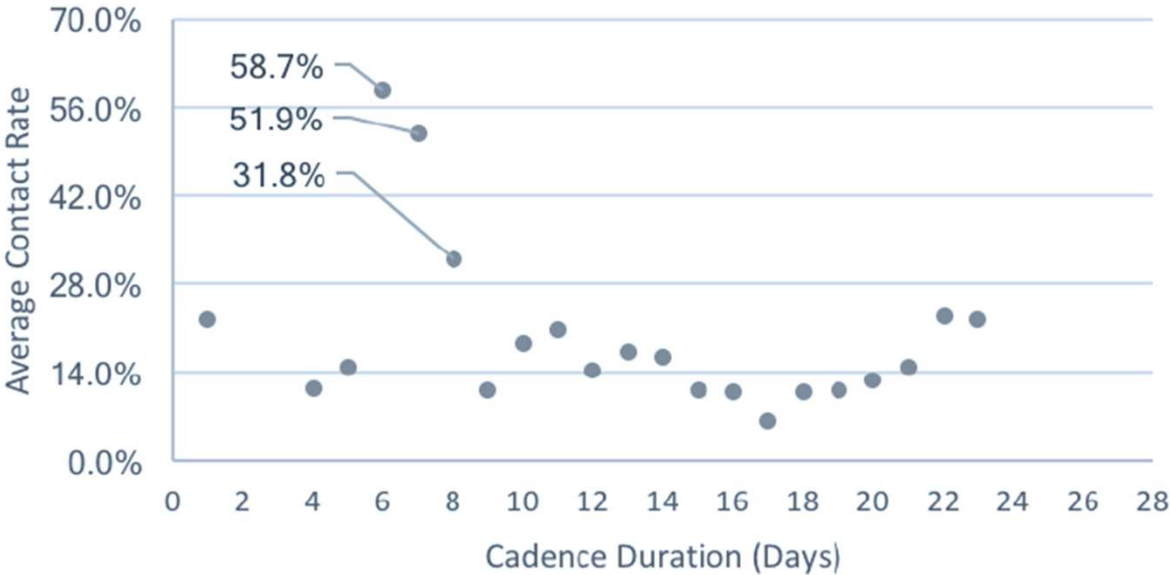
Study on most effective outbound sequence with 6 touch points



Mix of call – email – Voicemail



Average contact rate by duration



Source: Xant study



Sequence steps example: unknown high value contacts

No.	Sequence day	Type
1	1	Contact research
2	1	Call
3	1	Cold email
4	3	Call
5	8	Re: cold email
6	9	Call with voicemail
7	12	Email different message

No.	Sequence day	Type
8	13	Call
9	13	Text
10	15	Call
11	18	Email
12	19	Call
13	21	Call with voicemail
14	22	Break-up email



Sales Sequence Must do's

- ▄▄▄ Mix media (minimum 3)
- ▄▄▄ Pick up the phone
- ▄▄▄ Minimum 7 attempts in your sequence
- ▄▄▄ 14-16 touchpoints over 22 days on strategic accounts
- ▄▄▄ Same day follow-up on responses (3x higher result)
- ▄▄▄ Customize message to the industry not the individual
- ▄▄▄ Use 'Why change' messaging
- ▄▄▄ LinkedIn profile must be compelling for your audience
- ▄▄▄ Focus on building a relationship of trust by bringing value
- ▄▄▄ Focus on the highest ranked personally impacted by what you solve
- ▄▄▄ Get marketing opt-in especially when too early stage



LinkedIn drip campaign example



LinkedIn drip campaign sequence

1 st Engagement
1. LinkedIn Invitation
2. Thank you message
3. Value message
4. Business Case message
5. Buying readiness message
6. Benefit message
7. Link to content message

Goal is to start a conversation, qualify (buying readiness) & **trigger interest**

LinkedIn: relation not selling



Nicolas Dejeansart • 1:28 PM

Dag ,

Hoe kan ik helpen ? Gezien de huidige situatie is dit een vraag die ik mij constant stel en het is fijn om te zien dat velen ook hun steentje bijdragen. Uiteraard ieder vanuit zijn eigen specialisatie.

Verschillende van onze klanten hadden de voorbije weken vragen ivm "Hoe verkopers productief houden en hoe verkopen op afstand?". In welke mate is dit ook een topic dat vandaag jullie aandacht weerhoudt ?

mvg,

Nicolas

Dag Nicolas, bedankt om na te vragen. Dit is idd een vraag die ons bezig houdt, maar waar we heel wat expertise in huis hebben om hier op in te spelen. 't zijn idd geen gemakkelijke tijden, maar je merkt nu nog meer dan voorheen het verschil tussen goed performing en de medio performing sales mensen, mvg

Dag Nicolas,

Onze mensen werken van thuis uit met remote communications tools

(video, etc.) en richten zich op de klanten en sectoren die in deze periode wel actief blijven.

Eventueel kan je daarover spreken met onze sales manager, dhr.

Mvg,

Bij ons is dit niet direct een thema.

Onze Life Sciences klanten zijn nog allen zéér actief bezig waardoor hier eigenlijk geen impact merkbaar is.

Voor de automotive- en Aeronautics sector ligt dit natuurlijk anders, maar daar worden momenteel plannen besproken om de klanten te helpen hun missed revenues asap terug te kunnen opkrikken (bijv door additionele We-Care expert teams ter beschikking te stellen zodra activiteiten herstarten)

LinkedIn how not to...

Business Development and Channel Sales Manager Europe -

MONDAY

• 9:56 AM



Pascal,

Ik werk in een dynamisch software house waar we innovatieve technologische oplossingen aanbieden voor de industrie. Dacht dat het misschien opportuun was om een connectie te maken.

• 2:21 PM



Bedankt voor de connectie, Pascal

Laat uw telefoonsysteem toe dat uw team vanuit verschillende locaties kan werken? Zailab's cloud-based, omnichannel platform is hier om te helpen.

De Corona-pandemie heeft een enorme invloed op het huidige economische klimaat. We moeten ons aanpassen om de situatie te verzachten.

Een daarvan is het handhaven en verbeteren van de efficiëntie en effectiviteit van uw klantenservice.

Thuiswerken is hiervoor een oplossing. Dankzij onze technologie stelt Zailab u in staat om vanuit thuis te werken met behoud van dezelfde mogelijkheden en effectiviteit als het werken vanuit een kantoor- of contactcenterruimte. U kunt alle leden van uw organisatie decentraliseren wanneer dat nodig is.

• 2:21 PM



Bedankt voor de connectie, Pascal

Laat uw telefoonsysteem toe dat uw team vanuit verschillende locaties kan werken? Zailab's cloud-based, omnichannel platform is hier om te helpen.

De Corona-pandemie heeft een enorme invloed op het huidige economische klimaat. We moeten ons aanpassen om de situatie te verzachten.

Een daarvan is het handhaven en verbeteren van de efficiëntie en effectiviteit van uw klantenservice.

Thuiswerken is hiervoor een oplossing. Dankzij onze technologie stelt Zailab u in staat om vanuit thuis te werken met behoud van dezelfde mogelijkheden en effectiviteit als het werken vanuit een kantoor- of contactcenterruimte. U kunt alle leden van uw organisatie decentraliseren wanneer dat nodig is.

Het enige wat u nodig heeft is een laptop, een headset en internetverbinding.

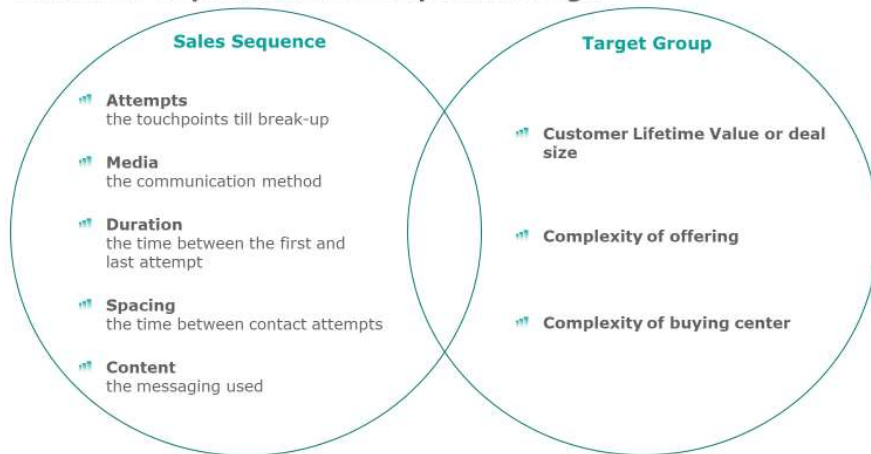


Pascal Persyn • 3:09 PM

We are already fully digital and able to work from home since several years as we work i'tl.
tx

Key takeaways

Customer acquisition sales sequence design



Targeting and 'why change' message is critical

Building trust

Make your sequence long enough

Measure, act and improve

Leverage with content marketing



Leading in the Aftermath – next webinars

- ▄▄ Requirements to enable taking the lead on demand (website)
- ▄▄ Value creation in erratic times on demand (website)
- ▄▄ How to acquire new customers today
- ▄▄ Dealing with an unpredictable forecast on July 2nd



01:00pm - 01:45pm CEST