



FALLSTUDIE

Wie Cato Networks mit der Priority Engine™ 100 neue Geschäftsmöglichkeiten generierte und sein Geschäft ausweitete

Ein Interview mit Tech-Marketing-Innovator Daniel Bleichman, Senior Manager, Inbound Marketing bei Cato Networks

Cato Networks ist ein Unternehmen für Netzwerksicherheit. Es entwickelt die Secure Access Service Edge (SASE)-Technologie, die Kommunikations- und Sicherheitsfunktionen für Unternehmen auf einer einzigen Cloud-basierten Plattform vereint. Daniel leitet das Team für Inbound Marketing und Wachstum, das für die Nachfragegenerierung, die Lead-Generierung und den allgemeinen Ausbau der Pipeline des Unternehmens verantwortlich ist.

Welche Herausforderungen haben Sie ursprünglich zu TechTarget geführt?

Cato Networks ist ein Unternehmen aus der Netzwerk- und Sicherheitsbranche. Unsere wichtigsten Mitbewerber sind große, bekannte Unternehmen. Eine unserer größten Herausforderungen ist, dass wir schnell wachsen müssen, wenn wir uns als Branchenführer etablieren und mit anderen Anbietern in unserem Bereich konkurrieren wollen. Wir kamen zu dem Schluss, dass wir eine zuverlässige Quelle für Intent Data brauchten, um das Marktpotenzial zu erfassen und potenzielle Kunden zu identifizieren, die für unsere Lösungen infrage kommen. Das hat uns schließlich zur Priority Engine geführt.

Wie unterstützt die Priority Engine Ihr Marketing?

Die Priority Engine ist ein unverzichtbares Werkzeug, um unseren Marketing Funnel zu füllen und unser E-Mail-Nurturing strategisch voranzutreiben. Unsere Nurturing-Strategie

100
neue Geschäftsmöglichkeiten
in einem Jahr

Herausforderung

Cato Networks brauchte eine zuverlässige Quelle für Absichtsdaten und marktnahe Interessenten, um seine Umsatzgenerierung zu beschleunigen und so wachsen und mit größeren Anbietern konkurrieren zu können.

Lösung

Cato Networks nutzt die TechTarget Priority Engine, um seinen Marketing Funnel zu füllen und wertvolle Erkenntnisse über Kaufabsichten zu gewinnen. Das Unternehmen kann damit seine Interaktionen kontextbezogener gestalten und letztendlich mehr Leads für den Vertrieb generieren.

Ergebnisse

Mit der Priority Engine hat Cato Networks 100 neue Geschäftsmöglichkeiten in einem Jahr generiert und ist dem Ziel, sein Geschäft schnell auszubauen, einen bedeutenden Schritt nähergekommen.

beginnt mit Absichtsdaten und relevanten Themen, die dazu führen, dass potenzielle, durch die Priority Engine erfasste Kunden in unserer Datenbank landen. Je nach Branche oder Schwerpunkt eines Kunden gibt es unterschiedliche Anwendungsfälle für unsere SASE-Lösungen. Die Daten aus der Priority Engine geben uns Aufschluss darüber, welche spezifischen Themen, Technologien und Lösungen für die einzelnen Interessenten am relevantesten sind und wie ihr jeweiliger Anwendungsfall aussieht. Wir nutzen diese Erkenntnisse, um zu bestimmen, in welchen Nurturing-Stream wir den Interessenten am besten einordnen, damit er relevanten Content erhält. Im Grunde nutzen wir Daten aus der Priority Engine also, um Nutzer in den richtigen Stream einzuordnen und ihre Kaufabsichten und die Art und Weise, wie sie mit unseren Inhalten interagieren, weiter zu bewerten. So können wir unsere Engagement-Strategie optimieren, während der Interessent sich durch unseren Funnel bewegt. Bei der Umsetzung dieser Strategie stellten wir fest, dass die E-Mail-Engagement-Rate von Interessenten aus der Priority Engine viel höher war als die von Interessenten aus anderen Lead-Quellen.

Wie nutzt das Marketing die Priority Engine, um den Verkauf zu fördern?

Unsere Marketingabteilung arbeitet in sehr enger Abstimmung mit unseren Sales Development Representatives (SDRs). Um unsere Verkaufs-Pipeline zu füllen, erstellt unser Marketing-Team spezifische Listen mit Leads, Prioritäten und Lead-Scores, die es an unsere SDRs schickt. Diese Listen bilden die Absichten der Interessenten ab, nachdem diese sich mit unseren Inhalten beschäftigt haben. Dann beginnen unsere SDRs mit der Nachverfolgung dieser Leads. Unsere SDRs folgen gerne den Anweisungen des Marketings, denn die Einblicke, die wir ihnen liefern, helfen ihnen, bei der Kontaktaufnahme Prioritäten zu setzen und kontextbezogener mit den Leads zu interagieren. Darüber hinaus haben unsere SDRs direkten Zugriff auf die Priority Engine, sodass sie die Kunden, die für sie interessant sind, auch selbst herausuchen und recherchieren können. Wir sehen eine positive Korrelation zwischen SDRs, die die Priority Engine aktiv nutzen, um ein besseres Verständnis von den Aktivitäten der Accounts zu gewinnen, und der Erfolgsquote der SDRs bei der Schaffung neuer Geschäftsmöglichkeiten.



Über TechTarget

TechTarget (Nasdaq: TTGT) ist der weltweit führende Anbieter von kaufabsichtsorientierten Marketing und Vertriebsdiensten, die Tech-Unternehmen geschäftliche Vorteile verschaffen.
www.techtarget.de

©2023 TechTarget. Alle Rechte vorbehalten. Das TechTarget-Logo ist ein eingetragenes Markenzeichen von TechTarget. Alle anderen Logos sind Markenzeichen ihrer jeweiligen Inhaber. TechTarget behält sich das Recht vor, Spezifikationen und andere in diesem Dokument enthaltene Informationen ohne Ankündigung zu ändern. Um festzustellen, ob solche Änderungen vorgenommen wurden, sollte der Leser stets bei TechTarget rückfragen.

Sie nutzen auch TechTarget Lead Generation, um Ihre Pipeline zu füllen. Können Sie uns mehr über Ihre Erfolge mit dieser Lösung erzählen?

Wir erstellen intern viel Content und achten sehr genau auf die Art der Inhalte. Wir stellen sicher, dass alle Inhalte, die wir veröffentlichen, sinnvoll sind und dass jeder, der unsere Inhalte konsumiert, mehr über unsere Arbeit sowie die Effektivität und den Mehrwert unserer Lösungen erfährt. Unser Content erzielt gute Ergebnisse mit TechTarget Lead Generation, sowohl in Bezug auf die Zielgruppenansprache als auch auf die Generierung relevanter Leads. Mit TechTarget Lead Generation können wir sicher sein, dass diejenigen, die unsere Inhalte konsumieren, tatsächlich an den Themen und Lösungen interessiert sind, die wir darin behandeln. Wir haben den Erfolg dieser Strategie schon vielfach beobachten können.

Welche Ergebnisse hat Ihnen die Arbeit mit TechTarget gebracht?

Im vergangenen Jahr haben wir rund 100 neue Geschäfte aus der Priority Engine generiert – ein tolles Ergebnis. Die Menge und Genauigkeit der Daten, die wir aus der Priority Engine erhalten, ist beispiellos. Wir setzen aber nicht nur bei der Suche nach neuen Geschäftschancen auf die Priority Engine, sondern auch bei der Erweiterung des Einkaufsteams bei den Zielkunden. Außerdem ist TechTarget Lead Generation ein gutes Werkzeug zur Umsatzgenerierung, besonders in Kombination mit der Priority Engine. Mit TechTarget Lead Generation konnten wir unseren Content auch Zielgruppen nahebringen, die wir über unsere internen Ressourcen nicht erreichen. Die Zusammenarbeit mit dem Team von TechTarget ist denkbar einfach. Mit seiner Problemlösungskompetenz hat es uns geholfen, unser Ziel zu erreichen, den Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens zu steigern und unser Geschäft weiter auszubauen.

