



Powering connections

HISTORIA KLIENTA, KTÓREMU POMOGLIŚMY CUSTOMER SUCCESS STORY

Wesley Durow
Dyrektor Marketingu
MITEL

WPROWADZENIE

9 kwietnia 2015 roku Wes Durow został Dyrektorem Marketingu globalnej spółki MITEL (kapitalizacja \$1.4 BLN), zajmującej się nowoczesnymi rozwiązaniami ICT. Wes od ponad 20 lat zajmuje się marketingiem strategicznym i taktycznym, głównie w sektorze nowoczesnych technologii. Ma w tym obszarze wiele sukcesów.

Pracę w Mitel podjął w momencie, gdy firma zmieniała model biznesowy i pozycjonowanie rynkowe, przechodząc od sprzedaży produktów telekomunikacyjnych do rozwiązań w zakresie tzw. real-time business communications stawiając sobie za cel zostanie globalnym liderem na tym nowym rynku. Realizując swoją nową strategię firma Mitel poprzez fuzje przejęła takie firmy jak Aastra, Ericsson, 4G/VoLTE czy Polycom.

Wes jest jednym z kluczowych liderów zmiany, którego celem jest zbudowanie nowej strategii komunikacji MITEL. Zarządza marketingiem w całej organizacji oraz wsparciem sprzedaży (kanały partnerskie, digital, rozwój kompetencji działów sprzedaży).

WYZWANIA

W związku z rozwojem Mitel poprzez fuzje i przejęcia, działu, które nadzorował Wes tworzyły osoby pochodzące z różnych spółek, różnych kultur organizacyjnych i mających różne doświadczenia. Rodziło to wiele problemów i wyzwań, jak np.:

1. Brak spójnej komunikacji – kim jesteśmy, nasza wizja przyszłości, jak pomagamy klientom, jaką nową wartość wnosimy; używania tego samego języka tak wewnątrz organizacji, jak i do klientów
2. Niezależność w działaniach marketingowych w przejętych firmach i poszczególnych regionach
3. Brak identyfikacji ze spółką matką, jej wizją rozwoju i wartościami (na poziomie tożsamości, wiele osób nadal identyfikowało się ze spółkami przejętymi, z których pochodzili),
4. Stworzenie komunikacji marketingowej i sprzedażowej uwzględniającej nową wizję rozwiązań MITEL dla biznesu, co wymuszało wprowadzenie wielu zmian, takich jak:

- Przejście z narracji skupionych na produktach/usługach/technologiach do komunikacji „kliento-centricznej” - jak może wyglądać biznes klienta, dzięki współpracy z Mitel.
- Zmiana na poziomie języka: zamiast technicznego języka, pełnego akronimów, i tzw. buzz words, jak mobile, real time, cloud computing, IoT, ICT, etc. - zbudowanie komunikacji trafiającej do konkretnych osób (person) w organizacjach klientów, która buduje zainteresowanie i zaangażowanie, inspiruje do zmiany status quo
- Zmiana na poziomie percepcji - przejście z myślenia w kategoriach „ja” (firma, produkt, rozwiązanie) do myślenia w kategoriach „Ty” - mój klient (twoje wyzwania, aspiracje cele, priorytety) - „wchodzenie w buty/umysł klienta”
- Integracja ludzi w dziale marketingu i sprzedaży, w regionach (szczególnie w Europie, gdzie ilość M&As była największa) - zbudowanie „wspólnoty”, poczucia że jesteśmy jednym zespołem, że gramy w jednej drużynie i mamy wspólną wizję przyszłości

PUNKT PRZEŁOMOWY

Wes, w rozmowie z Mike’em Bosworthem, założycielem i liderem StorySeekers powiedział, że potrzebuje sposobu, by zintegrować zespół marketingu i sprzedaży wokół wspólnej wizji rozwoju (firmy i ludzi) oraz wypracować nową komunikację marketingową odzwierciedlającą nową strategię i pozycjonowanie Mitel na rynku.

Niezmiernie ważne dla Wes’a było „uzbrojenie” zespołu w nowy model komunikowania się z klientem, gdzie techniczny, specjalistyczny język skoncentrowany na produktach zostanie zastąpiony językiem trafiającym do klientów, inspirującym ich, pokazującym nowe możliwości rozwoju ich biznesu

ROZWIĄZANIE

Wspólnie z Wes’em i kilkoma wiodącymi osobami z działu marketingu Mitel stworzyliśmy program warsztatów, których celem była realizacja wizji Wes’a. Opierały się one na stworzonej przez Mike’a Bosworth’a metodzie Story Seekers®.

Podczas, 2,5 dniowych warsztatów w Londynie, 30 kluczowych osób z działów marketingu, sprzedaży, digital i cloud, z różnych krajów i obszarów budowało wspólnie nowy model komunikacji z rynkiem tworząc historie firmowe, historie sukcesów klientów oraz historie dotyczące wizji przyszłości.

REZULTATY

Warsztat i wdrożenie metody Story Seekers® w Mitel zapoczątkował zmianę w komunikacji o firmie, jej celach i wartościach oraz w sposobie budowania komunikatów marketingowych i sprzedażowych. To spotkanie rozpoczęło także proces integracji marketingu i sprzedaży w firmie Mitel.

Wes Durow, jako nowy szef marketingu Mitel zrobił pierwszy krok na drodze ku nowej wizji komunikacji firmy z rynkiem - nowej narracji firmy w komunikacji z klientami oraz rozpoczął budowę swojego autorytetu jako lidera, który:

- ma wizję odpowiadającą na wyzwania współczesnego i przyszłego rynku
- wie że kluczem do powodzenia nowej strategii jest zaangażowanie ludzi wokół wspólnej wizji i rozwiązań, które doprowadzą do jej realizacji
- rozumie, że integracja i zaufanie do siebie ludzi, którzy tworzą kapitał społeczny firmy, jest kluczem do sukcesu
- potrafi wspierać swój zespół w sytuacji wymagającej współpracy ludzi wywodzących się z różnych kultur organizacyjnych

REFERENCJE

- Andy Elliot, VP Marketing EMEA & Asia Pacific, Mitel,
<https://www.youtube.com/watch?v=s5MVj5throA>
- Colin Mann, Global Demand Generation Manager, Mitel,
<https://youtu.be/5MYfmWxc3Vo?list=PLhY14O8HftYEuUYJUyGvZ1Z64hlpM0zOu>
- Bas Baars, Director of Marketing, Northern Europe, MITEL
https://www.youtube.com/watch?v=2_noMF1wgvE&index=5&list=PLhY14O8HftYEuUYJUyGvZ1Z64hlpM0zOu
- Stefan Züger, Head of Marketing & Communication, Mitel Switzerland
<https://www.youtube.com/watch?v=lQpVQFJ98ck&index=1&list=PLhY14O8HftYEuUYJUyGvZ1Z64hlpM0zOu>

Chętnie odpowiemy na Twoje pytania.
Zadzwoń +48 604 463 537 lub napisz do nas kontakt@storyseekers.pl