

Case InHunt



Täsmäkampanja osuu tarkasti

InHunt Oy on yksi Suomen suurimmista headhunting-toiminnan ammattilaisista. Yhtiön tavoitteena on asiakkaiden liiketoiminnan tukeminen kustannustehokkaasti ja nopeasti. Myyntiä vauhdittaakseen InHunt osti Fonectalta tarpeeseen räätälöidyn suorakampanjan.

Fonectan Täsmäkontaktit™-suorakirjeen idea on auttaa yrityksiä tavoittamaan tarvittavat kohderyhmät henkilökohtaisesti ja kustannustehokkaasti. Oikein kohdistettu kampanja kasvattaa myyntilukuja. Headhunting-alan asiantuntija InHunt Oy on ollut investointiinsa tyytyväinen. Se halusi tavoittaa joukon tarkasti määriteltyjen yritysten toimitusjohtajia palvellakseen heitä rekrytointiasioissa.

– Meille ei tarjottu valmista pakettia, vaan saimme Fonectalta juuri meidän tarpeisiimme mietityn ratkaisun. Tavoiteltava segmentti oli määritelty yhteistyössä Fonectan kanssa. Näin löysimme juuri oikean ryhmän päättäjiä, jolle haluamme viestiä, iloitsee InHunt Oy:n toimitusjohtaja **Esa Salosensaari**.

Täsmäkontaktit™-suorakirje sisältää halutun kohderyhmän, viestin visuaalisen suunnittelun, painotyön sekä postituksen.

– Asiakkaan huoleksi jää ainoastaan viestin sisällöllinen suunnittelu. Kokonaisuuden voi tilata kerralla yhdeltä toimittajalta, jolloin pois jäävät neuvottelut niin kohderyhmätoimittajan, mainostoimiston, painotalon kuin postitustalonkin kanssa, kertoo myynnin kehityspäällikkö **Hannu Peltonen** Fonectalta.

Kasvu näkyy nopeasti

InHunt Oy tuottaa headhunting-palveluita yrityksille, jotka ovat erilaisissa taloudellisissa

tilanteissa.

– Taloudellisesti haastavassakaan tilanteessa oleva yritys ei ole meille huono asiakas. Toimenpide on silloin vain erilainen. Meidän on hyvä tietää yrityksen taloudellinen tilanne etukäteen – silloin osaamme määritellä viestin ja ratkaisun ennakkoon. Fonectalta saimme kaiken tarvittavan tiedon yrityksistä ja säästimme valtavasti aikaa, Salosensaari toteaa.

Projektin ensimmäisessä vaiheessa kohderyhmää lähestyttiin painetulla suorakampanjalla. Toisessa vaiheessa InHunt sai itselleen kohderyhmän tarkat yhteystiedot, ja samoihin henkilöihin oltiin yhteydessä henkilökohtaisesti puhelimitse tai sähköpostilla.

Hannu Peltosen mukaan konsepti sopii erityisesti pk-yrityksille, jotka haluavat helposti ja joustavasti hyvän kampanjatoteutuksen yhdeltä kumppanilta. InHuntissa on jo nähty lokakuussa toteutuneen projektin konkreettisia hyötyjä.

– Suorakampanjan startista on nyt aikaa muutama viikko, ja asiakaskontaktien ja -keskustelujen lukumäärä on tähän mennessä kasvanut kolmanneksella. Tarjousten määrä on noussut, ja toteutuneiden kauppojen osalta trendi on myös nouseva. Olen jopa hieman yllättynyt, että näin lyhyessä ajassa kasvupiikki on ollut näin terävä, Salosensaari sanoo.