Исходящая account-based лидогенерация на рынках US/EU/UK/MENA в сегменте Enterprise

Даниил Гридин
dangridin.com
@dangridin

#standwithukraine

Attract and grow enterprise accounts at scale

dangridin.com



Dan Gridin · 1st

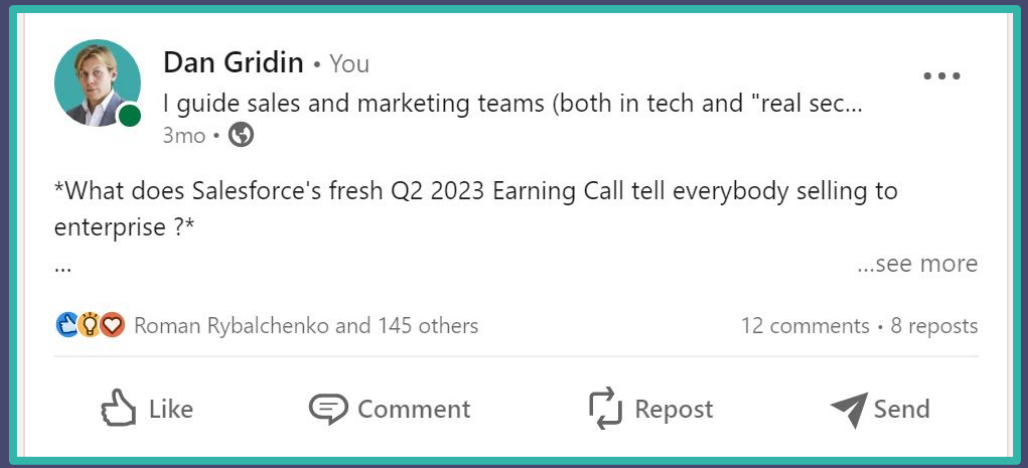
I guide sales and marketing teams (both in tech and "real sector") to win the biggest deals faster | US | Europe | MENA | Central Asia |

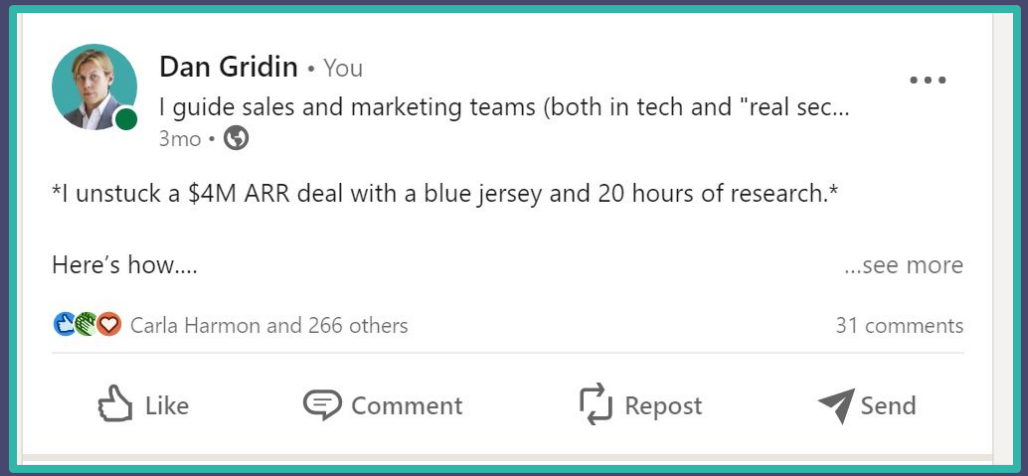
Talks about #megadeals, #accountresearch, #enterprisesales, #enterpriseselling, and #accountbasedmarketing

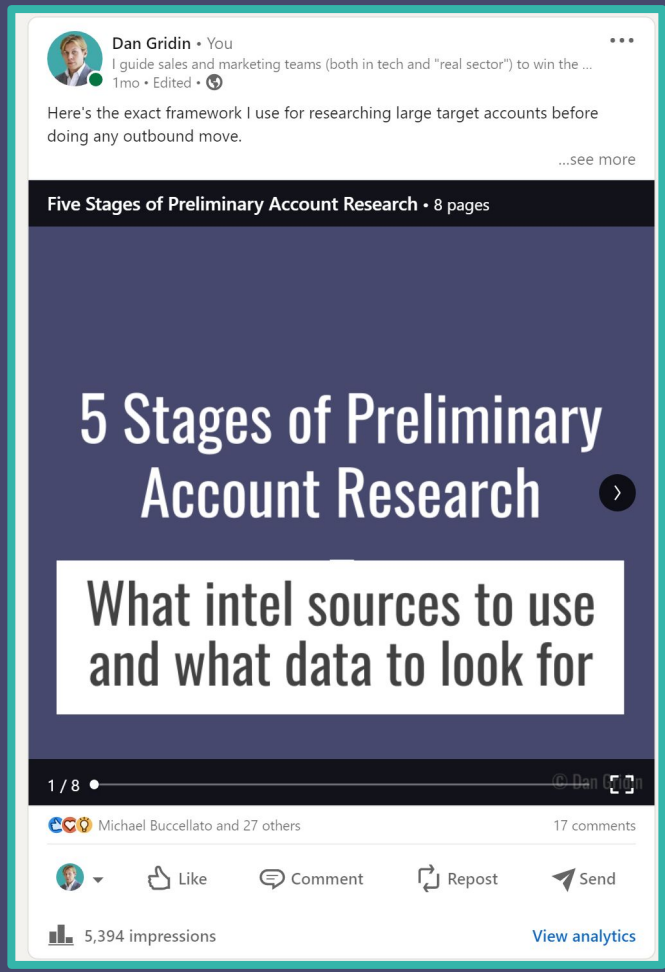
Tallinn Metropolitan Area · **Contact info**

Weekly Big Deal Dépêche

3,279 followers · **500+ connections**


Dan Gridin • You
I guide sales and marketing teams (both in tech and "real sec...
3mo •
What does Salesforce's fresh Q2 2023 Earning Call tell everybody selling to enterprise ?
...
...see more
Roman Rybalchenko and 145 others
12 comments • 8 reposts
Like
Comment
Repost
Send


Dan Gridin • You
I guide sales and marketing teams (both in tech and "real sec...
3mo •
I unstuck a $4M ARR deal with a blue jersey and 20 hours of research.
Here's how....
...see more
Carla Harmon and 266 others
31 comments
Like
Comment
Repost
Send


Dan Gridin • You
I guide sales and marketing teams (both in tech and "real sector") to win the ...
1mo • Edited •
Here's the exact framework I use for researching large target accounts before doing any outbound move.
...see more
Five Stages of Preliminary Account Research • 8 pages
5 Stages of Preliminary Account Research
What intel sources to use and what data to look for
1 / 8
Michael Buccellato and 27 others
17 comments
Like
Comment
Repost
Send
5,394 impressions
View analytics

Мои основные ресурсы

[RUS] Телеграм-канал: Dan Gridin on ABM

[RUS] Хаб с материалами: dangridin.com/legacy

[ENG] Хаб с материалами: dangridin.com/hub

[ENG] LinkedIn: Dan Gridin

[ENG] Twitter: @dangridin

[ENG] Подкаст: anchor.fm/bigdealtalks

[ENG] Рассылка Big Deal Dépêche dangridin.com/newsletter

Контакты

Телеграм: @dangridin

Почта: dan@dangridin.com

Форматы работы: dangridin.com/services

О чём сегодня пойдёт речь

Создание масштабируемой системы выхода на предметные обсуждения на уровне C-Level с крупными целевыми клиентами

География: US/EU/UK/MENA

Границы применения: сделки хотя бы от $500K ARR (или аккаунт с огромным потенциалом роста); кросс-функциональные и кросс-иерархические закупочные центры (в процесс принятия решения вовлечены несколько департаментов на нескольких уровнях seniority)

© Dan Gridin

Предпосылки и проблемные маркеры

Все каналы перегреты – volume based подход (чёс) либо перестал работать совсем, либо его эффективность стремительно падает

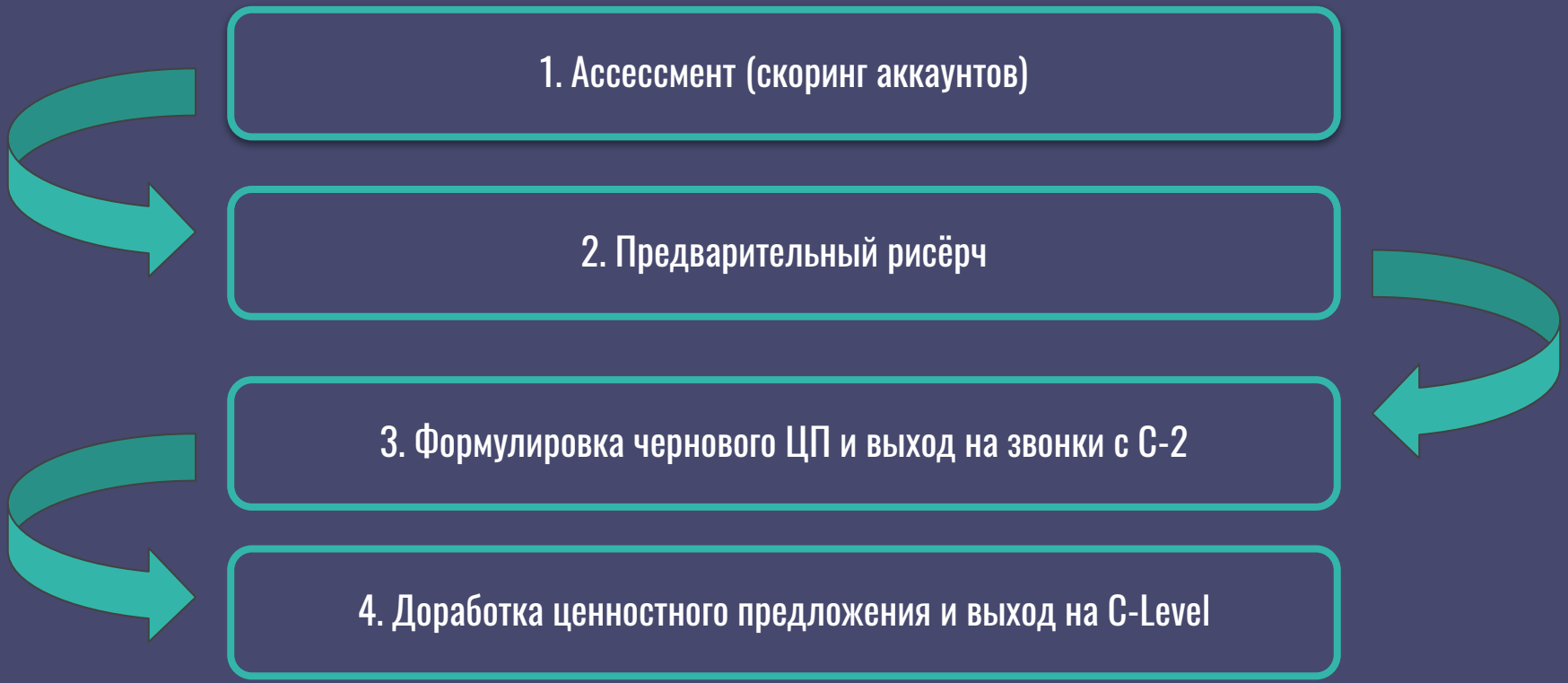
Традиционный аутбаунд работает только на Princess Leia Clients (клиенты, у которых есть потребность “прямо сейчас”).

> Даже если мы получаем горячий лид, то со сформированным без нас бизнес-кейсом. Это значительно уменьшает размер потенциальной сделки.

Все крупные сделки исключительно founder-led. Рядовых сейлзов либо нет, либо они совсем не тянут работу с enterprise сегментом.

Крупные клиенты приходят через немасштабируемые источники (референсы, продажа небольшого текущего клиента крупному игроку и т.д.).

© Dan Gridin


1. Ассессмент (скоринг аккаунтов)
2. Предварительный рисёрч
3. Формулировка чернового ЦП и выход на звонки с С-2
4. Доработка ценностного предложения и выход на C-Level

© Dan Gridin

1. Accecсмент

Задача этапа: создать модель оценки перспективности клиента. Учитывая, что процесс account-based лидогенерации очень дорогой по внутренним костам, то ошибка на старте ставит под вопрос эффективность всего проекта.

Отбор параметров

Два главных критерия:

1. Данные легко достаются из открытых источников
2. Параметры действительно влияют на перспективность клиента

Оцифровка параметров

Параметры, скорее всего, будут разношёрстные, так что нужна унификация.

Лучше начать с трёхзначной шкалы min-mid-max (0-1-2 или 1-3-5)

Выбор весов

Очевидно, что параметры неоднородны по важности.

Их можно ранжировать:

1. “На глаз”
2. Экспертной оценкой
3. “Шахматкой”

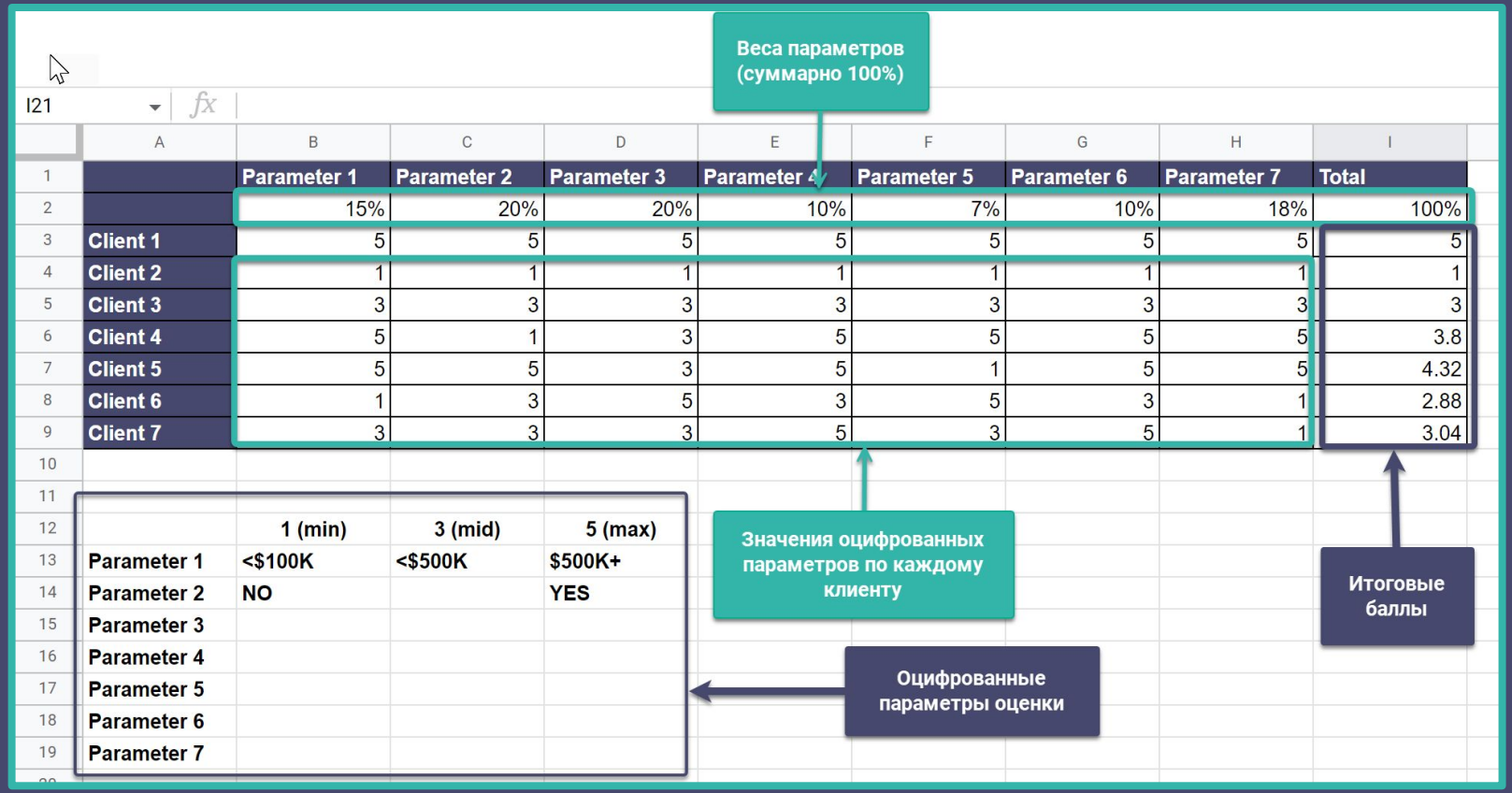
Оценка клиентов

Если разброс между min и max <10%, то нужно пересмотреть параметры.

Если какой-то параметр требует слишком много времени на обработку (при этом его вес < 15%), то он не нужен.

Алгоритм создания модели для скоринга целевых аккаунтов.

© Dan Gridin



	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1		Parameter 1	Parameter 2	Parameter 3	Parameter 4	Parameter 5	Parameter 6	Parameter 7	Total
2		15%	20%	20%	10%	7%	10%	18%	100%
3	Client 1	5	5	5	5	5	5	5	5
4	Client 2	1	1	1	1	1	1	1	1
5	Client 3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	Client 4	5	1	3	5	5	5	5	3.8
7	Client 5	5	5	3	5	1	5	5	4.32
8	Client 6	1	3	5	3	5	3	1	2.88
9	Client 7	3	3	3	5	3	5	1	3.04
10									
11									
12		1 (min)	3 (mid)	5 (max)					
13	Parameter 1	<$100K	<$500K	$500K+					
14	Parameter 2	NO		YES					
15	Parameter 3								
16	Parameter 4								
17	Parameter 5								
18	Parameter 6								
19	Parameter 7								

Основные элементы скоринговой модели целевых аккаунтов

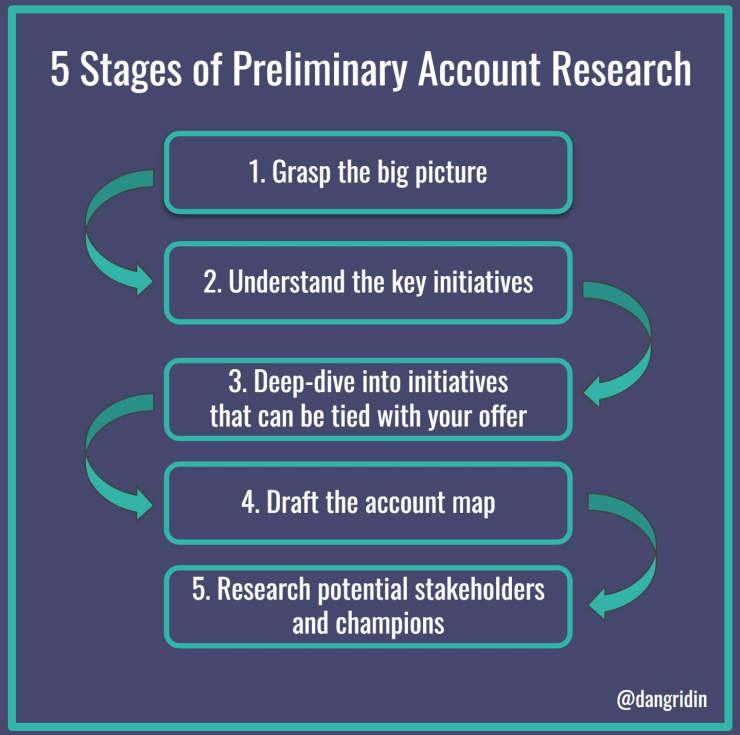
2. Предварительный рисёрч целевого аккаунта

Задача этапа: изучить открытые источники и получить достаточно контекста о потенциальном клиенте, чтобы собрать ценностные гипотезы и комфортно вести разговор.

© Dan Gridin

Структура предварительного рисёрча и источники данных

Категория данных	Вопросы	Источники данных
Понимание общей картины	Что происходит в индустрии? “Большая картина” происходящего в бизнесе клиента	Earnings Calls Industry Analyst Reports 10K/10Q
Стратегические инициативы клиента	Ключевые приоритеты заказчика Крупные проекты: scope + назначения “Звёздные” продукты и направления	Investor Day Presentations Earnings calls Leadership Interviews Initiatives with wide PR Coverage Recent C-level hires
Глубокая проработка инициатив по “нашему” направлению	Под какие инициативы мы можем “подлезть”? Какие департаменты курируют эти инициативы? Как можно связать наш продукт и инициативу?	Job posting and overall hiring dynamics Niche podcasts and interviews with C-1 level managers Product / customer webinars Tech Days
Черновая карта аккаунта	Как примерно может выглядеть процесс принятия решения (какие департаменты вовлечены)	LinkedIn SalesNav DiscoverORG (or similar) Case Studies by other vendors selling to this account Job postings (both current and archived)
Досье и контакты потенциальных стейкхолдеров	Релевантные KPI Карьерная траектория Контактные данные Персональный контекст	Facebook Instagram Twitter Zoominfo/Cognism LinkedIn OSINT tools © Dan Gridin



Big Deal Depeche #1 - Preliminary Account Research Framework

Hi there,

And welcome to the premiere issue of Big Deal Dépêche!

Today I'll cover the framework that I use before reaching out to strategic accounts.

The topic is extremely unattractive, I get it. But here is why it's extremely important to **any** enterprise seller:

- Everybody says that you need to do your research; however, almost no frameworks show how to do it.
- As a result, most enterprise sellers do their research intuitively and waste an insane amount of effort with nothing to show for it besides surface-level intel (tech stack, growth rate, exec hires, etc.)
- At the same time, the bar for engaging the C-Level execs is so high right now that your pitch needs to be super-relevant to grab attention.

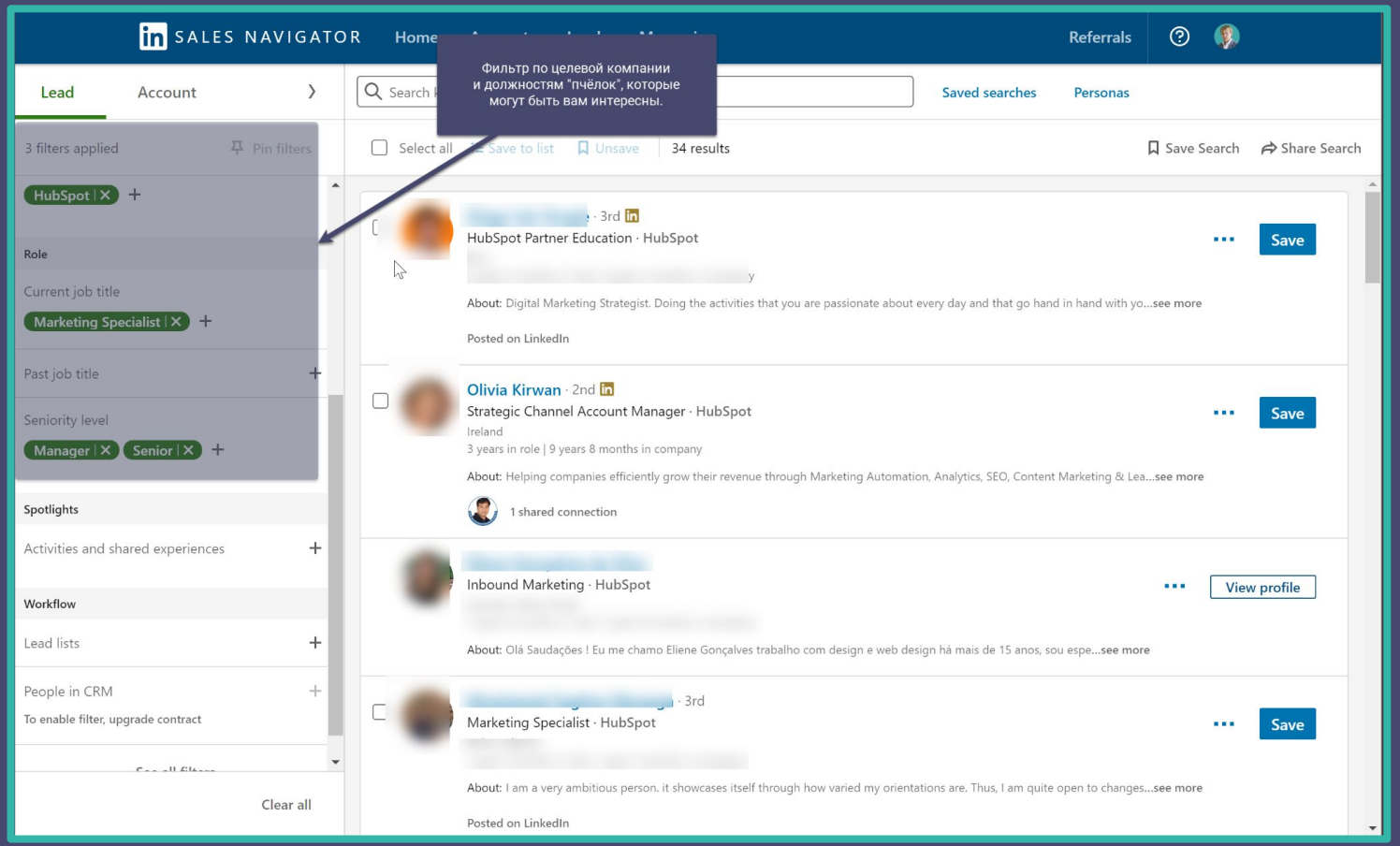
So let's step up your account research game!

The framework consists of five steps:

Алгоритм предварительного рисёрча. Полная статья: dangridin.com/bdd-1-par

3. Выход на “рабочих пчёлок” с черновыми гипотезами

Задача этапа: получить первые разговоры внутри аккаунта, откорректировать ценностное предложение и (в идеале) получить качественного “чемпиона” для дальнейшего продвижения.



Поиск кандидатов в “пчёлы” через LinkedIn Sales Navigator

Основные принципы аутрича по “нижним” тайтлам

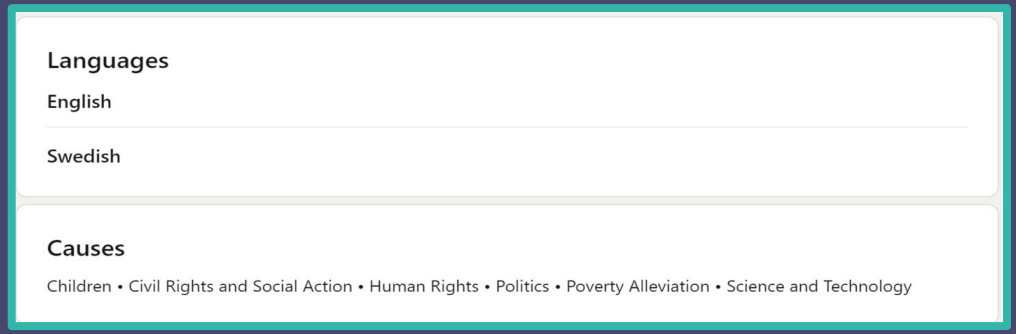
- Наша задача: верификация гипотезы через разговоры с сотрудниками на нижних менеджерских позициях. Продавать никому ничего не нужно.
- “Минимальная доза” для эффективного сообщения здесь значительно ниже, чем с C-Level руководителями и бордом.
- При этом количество контактов “на низах” заметно больше.
- Следовательно, нам нужен масштабируемый фреймворк, с помощью которого можно относительно быстро собрать качественные касания с высокой конверсией.

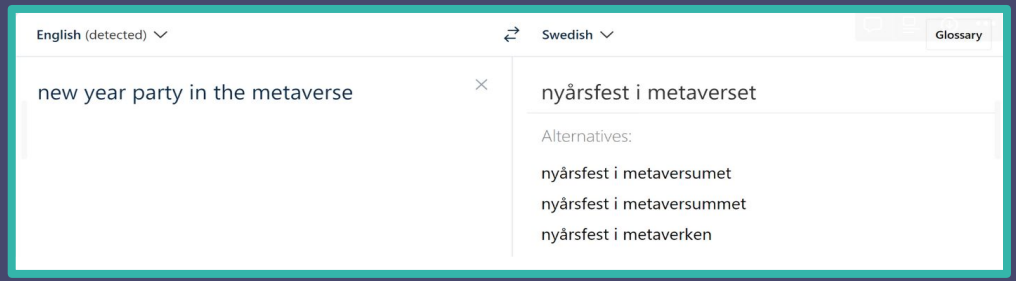
© Dan Gridin

Фреймворк создания несложных цифровых заходов

[1] Язык в профиле

Смотрим раздел languages в профиле LI, если там что-то интересное (например, китайский), то переводим заголовок письма через DeepL

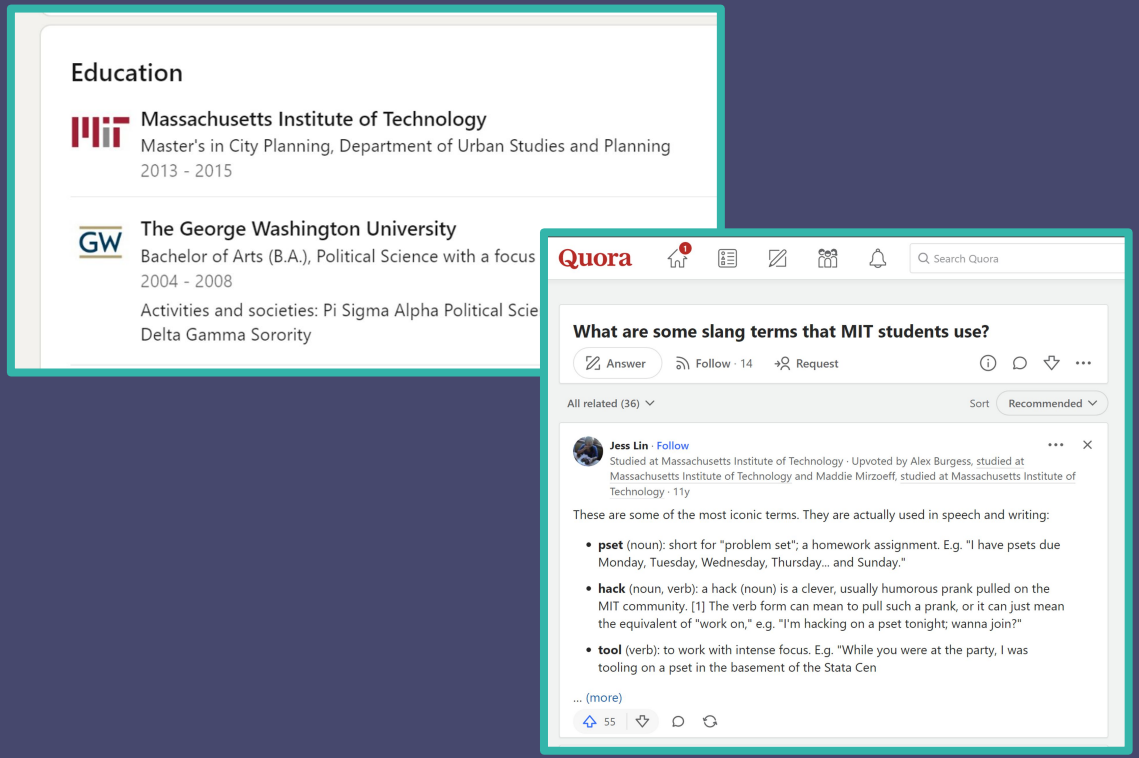




© Dan Gridin

[2] Альма-матер

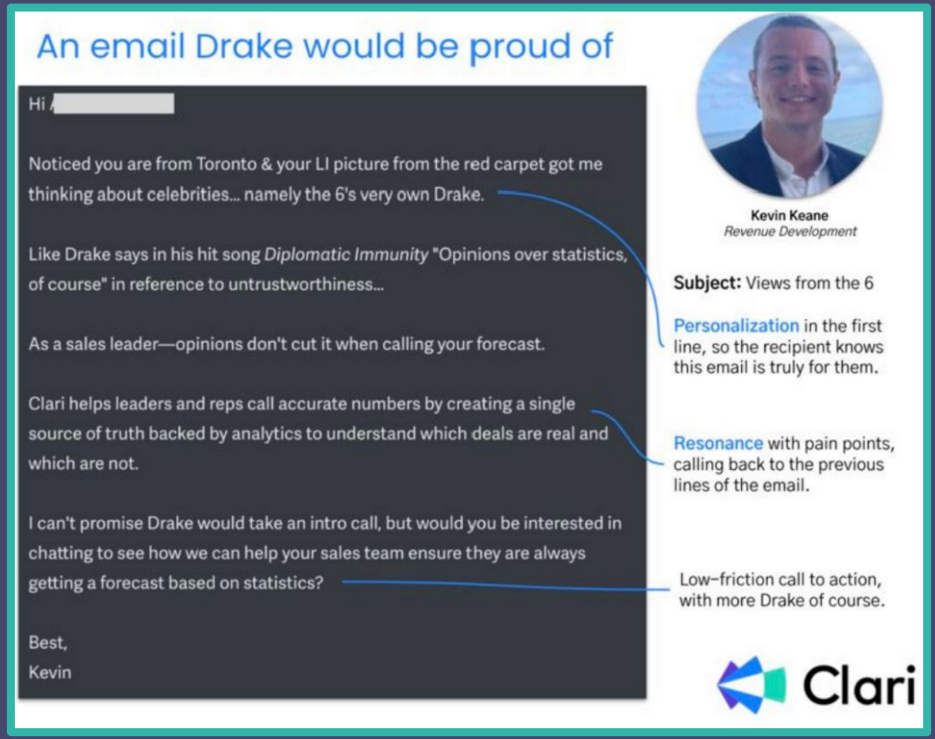
В каждом крупном US университете есть свой вокабуляр, его можно и нужно использовать



© Dan Gridin

[3] Географический заход

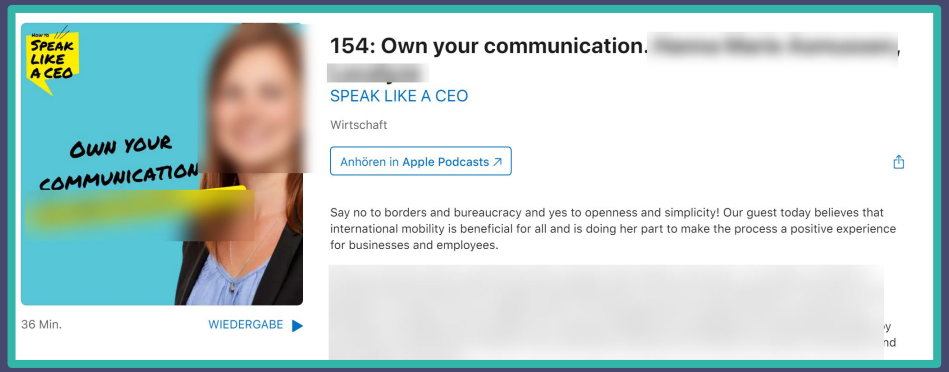
Используем информацию о hometown
и делаем какой-то нескучный хук
с переводом на оффер

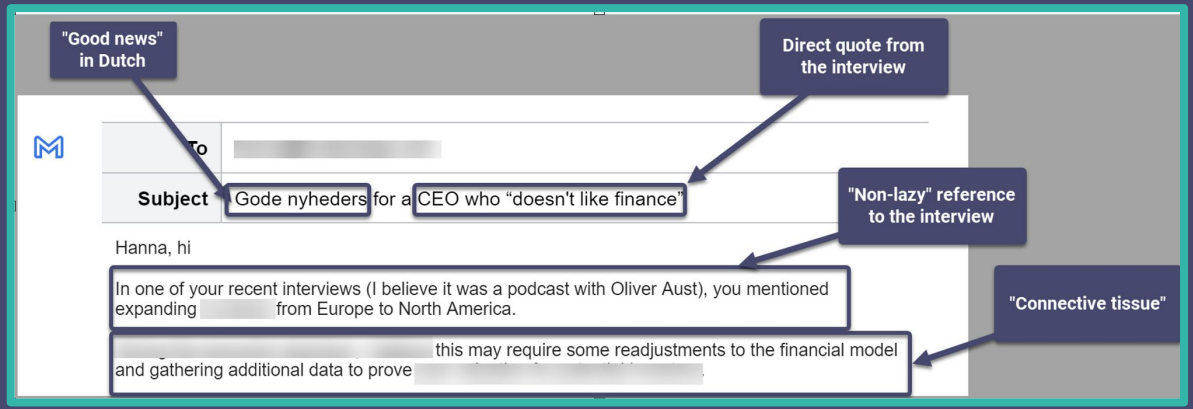


© Dan Gridin

[4] Отсылка к контенту

Упомяните вебинар, подкаст, статью или другой материал, в создании которого участвовал целевой контакт (если ничего нет, можно использовать цитату его руководителя).

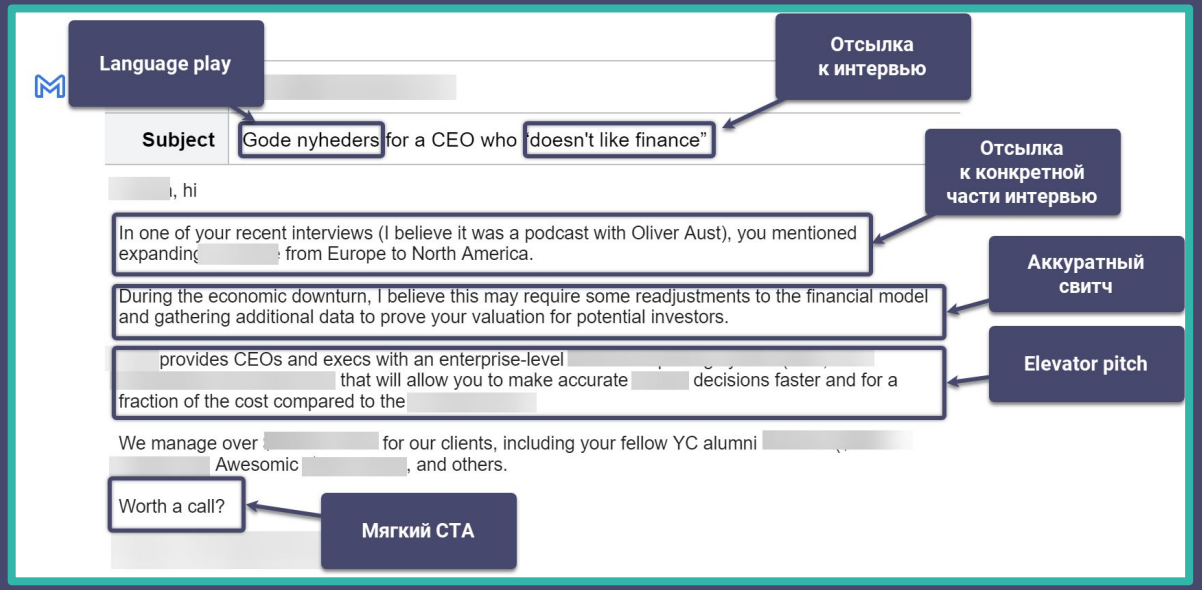




© Dan Gridin

Основные элементы холодного аутрича

1. Персонализированная открывашка
2. Свитч на оффер
3. Элеватор питч решения (persona-based)
4. Мягкий CTA



© Dan Gridin

4. Доработка гипотез и выход на C-Level

Задача этапа: доработать гипотезу на основе обратной связи
от “пчёлок” и выйти на предметное общение
с ключевыми C-Level руководителями

© Dan Gridin

Основные компоненты успешного выхода на C-Level

Персонализированный граббер (спорт, увлечения и т.д.)

Инсайт (точнейшее попадание в проблематику с референсом проектов, метрик и т.д.)

Мягкий CTA



— Fun part kicks in —

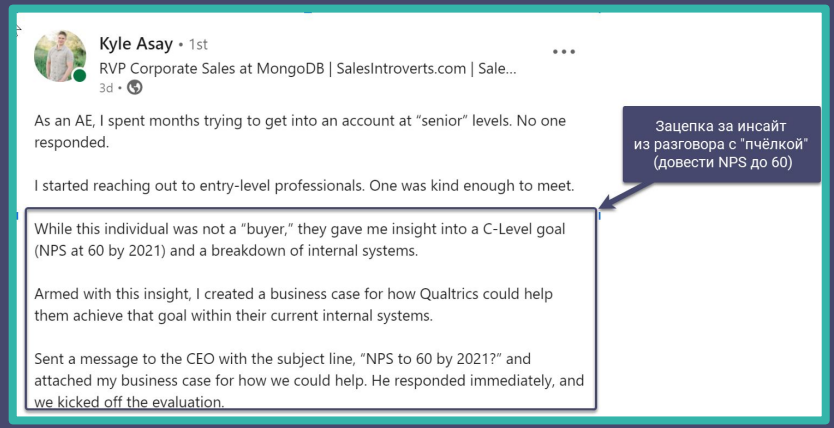
4. The "unreachable" CIO happened to be a football freak (soccer for my US readers) and even played in the amateur league.

5. It was 2016 — the year when **Leicester City Football Club** won the English Premier League (reference for US readers — **Toronto Raptors Basketball Club Inc.** winning the NBA finals in 2019 i.e. nobody saw it coming).

6. We made some calls, found out the exact body size of the CIO, and ordered the Leicester jersey engraved with his name and number on the team (all this data was social engineering 101).

7. Tied the Leicester story with the strategic initiative of the target account (outsmart the more resourceful competitor) and send the snail mail package signed by the CEO.

8. Got the phone call with the meeting invite the day the parcel arrived



© Dan Gridin

Если всё сделано правильно, то на выходе у нас есть:

Отличное понимание, чем “дышит” целевой аккаунт,
менеджеры готовы вести глубокие разговоры на высоком уровне

Видение “карты аккаунта” и процесса принятия решения

Успешные выходы на C-2 и, возможно, первые рекрутированные “чемпионы”, которые будут помогать с продвижением проекта внутри

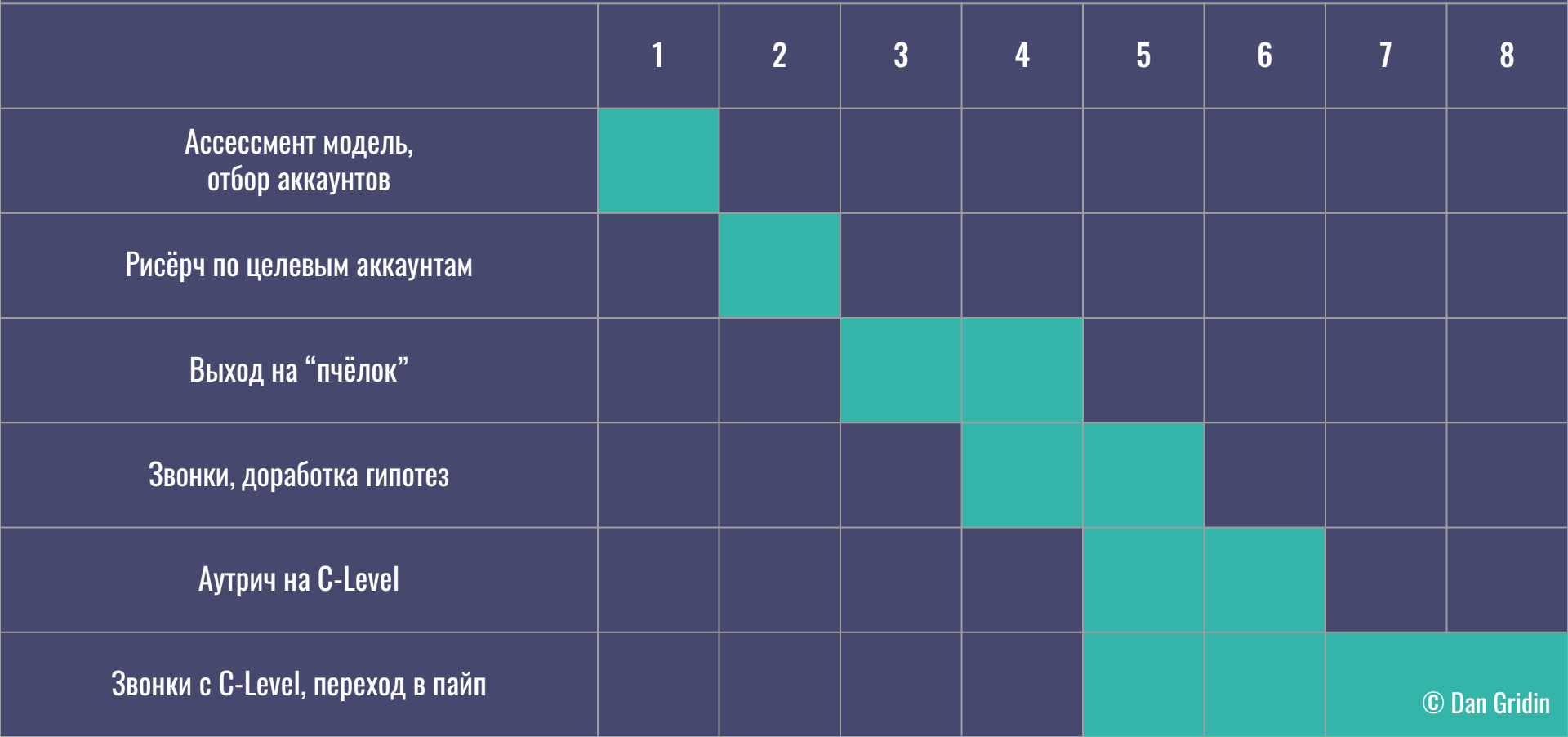
Предметные разговоры с C-Level внутри целевого аккаунта

[Самое главное] чёткое понимание, как масштабировать процесс

© Dan Gridin

Приложение 1
Расчёт трудозатрат

Календарный план-график развертывания “пилота” на 8 недель



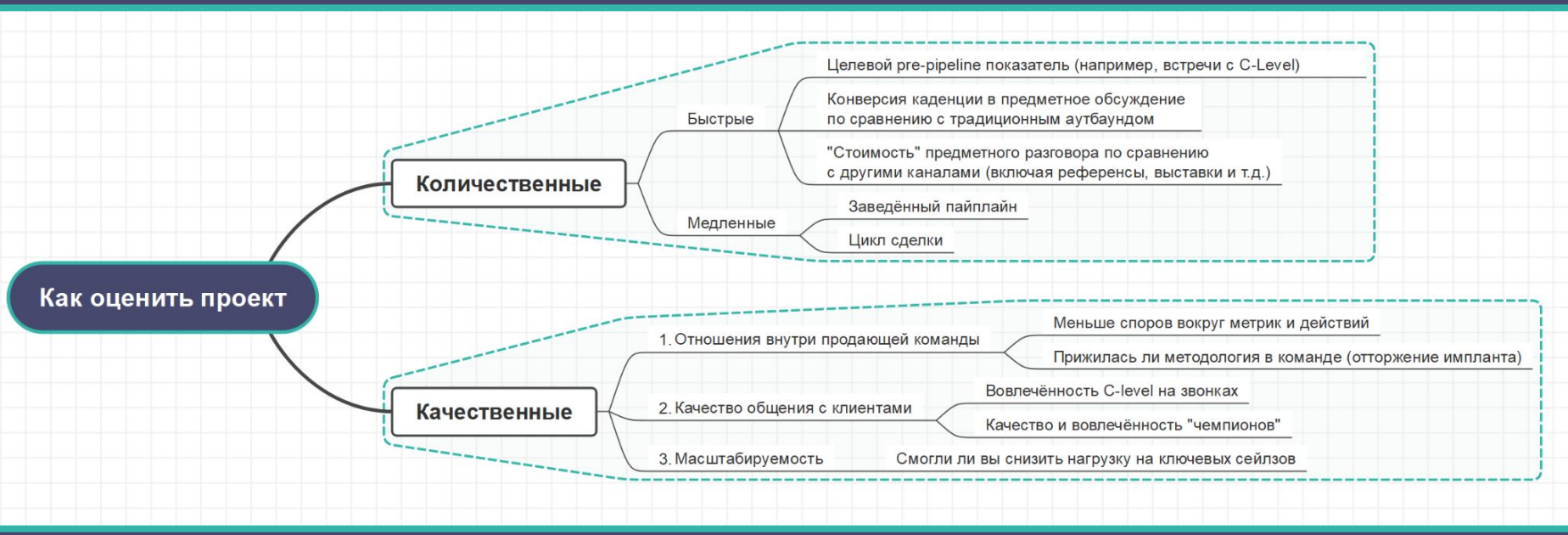
Accounts in pilot	5		
C-2 contacts per account	5		
C-Level contacts per account	4		
Project duration (weeks)	8		
Cadence conv. rate - "working bees"	20%		
Cadence conv. rate -- C-Level	30%		
Assessment (model + scoring)	4		
Admin	10%		
		Total per account	
Research and initial outreach per account			
Preliminary account research (hours per acc.)	8		
Value prop adjustment (hours per account)	2		
Content adjustment (hours per account) - assuming that the core content is ready and we need to customize ~15%	5		
Prep of the initial C-2 level cadence (per person)	0.5	2.5	
Discovery calls (prep + calls), assuming 20% conversion rate	2	2	
Value prop adjustment (hours per account)	2	2	
Oureach prep - C level (per person)	1.5	6	
C-Level initial calls (prep + calls)	3	3.6	
Total per account		**16.1**	
Total for all accounts	**93.0**		
Time spent by role	**%**	**Hours total**	**Hours per week**
% of marketing, content	10%	9	1.2
% of marketing, analyst	50%	46	5.8
% of BDR	30%	28	3.5
% Presale Engineer, value prop validation + calls	10%	9	1.2

5 аккаунтов
10 "пчёлок" в каждом
4 C-Level ЛПРа
8 недель

Время на проработку пяти аккаунтов

Черновой расчёт трудозатрат на кампанию

Приложение 2
Метрики и рамки ожиданий



Критерии оценки кампании по account-based лидогенерации в enterprise

Приложение 3
Технический стек

Минимально необходимый тех. стек

Платформа для синхронизации команды и документов (**НЕ** CRM) – Notion / ClickUp /Teams

Оптимизация рисёрча: SeekingAlpha / Descript / LinkedIn SalesNav

IP-based трекинг (Leadfeeder, Happierleads, Lead Forensics)

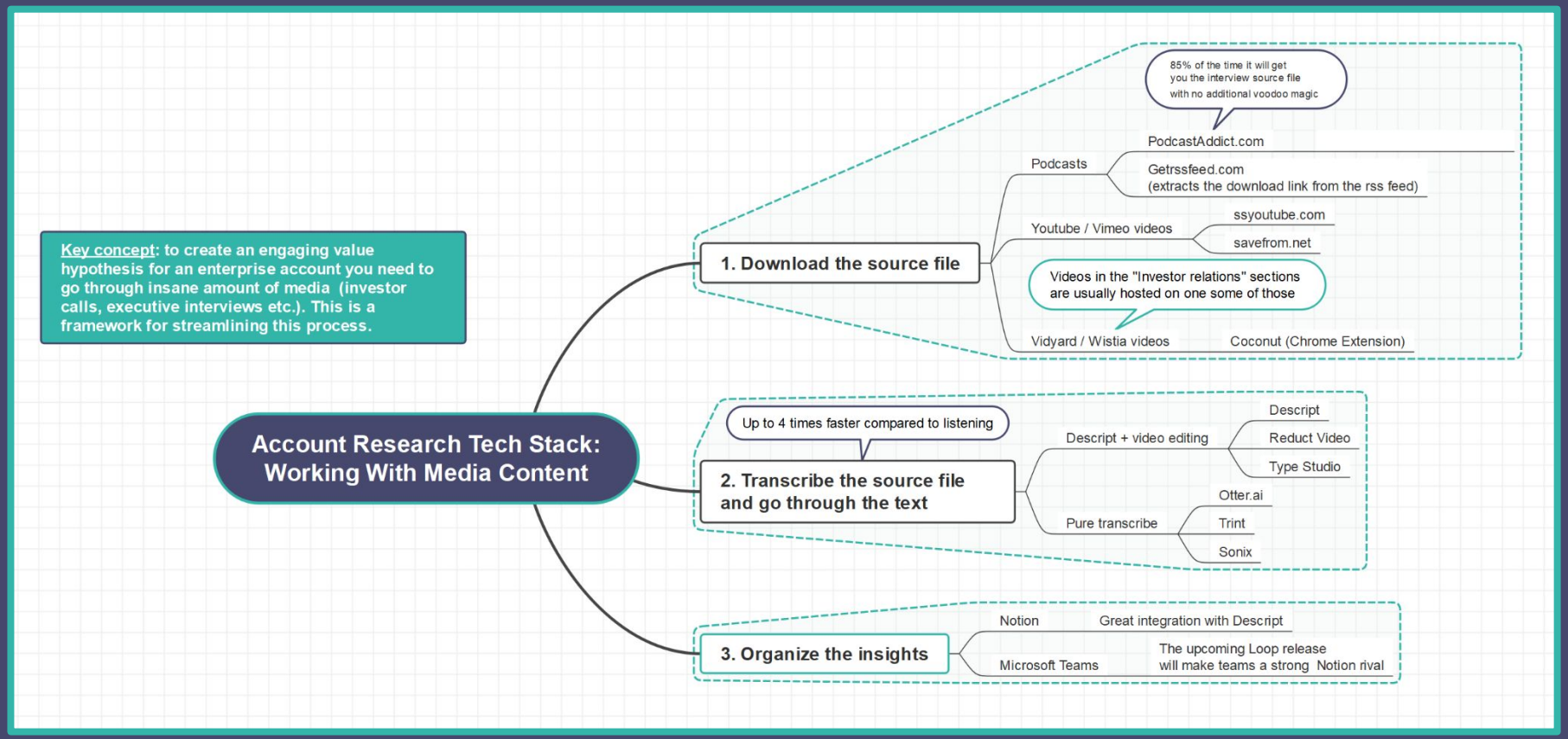
Трекинг для BOFU контента (Docsend/Paperflite/Uberflip)

Базы данных: apollo.io / hunter / rocketreach / zoominfo / cognism

Докрутка писем и других текстов – grammarly (общая стилистика) + Lavender (AI-based рекомендации по улучшению холодных имейлов), Hemingway App

Техническая организация директ-мейлов в US/EU: Sendoso / Alyce

© Dan Gridin



Технический стек для оптимизации ричёрча. Полная статья: dangridin.com/bdd-2-orp

Дополнительные ресурсы

[RUS] Телеграм-канал: Dan Gridin on ABM

[RUS] Хаб с материалами: dangridin.com/legacy

[ENG] Хаб с материалами: dangridin.com/hub

[ENG] LinkedIn: Dan Gridin

[ENG] Twitter: @dangridin

[ENG] Подкаст: anchor.fm/bigdealtalks

[ENG] Рассылка Big Deal Dépêche dangridin.com/newsletter

Контакты

Телеграм: @dangridin

Почта: dan@dangridin.com

Форматы работы: dangridin.com/services