

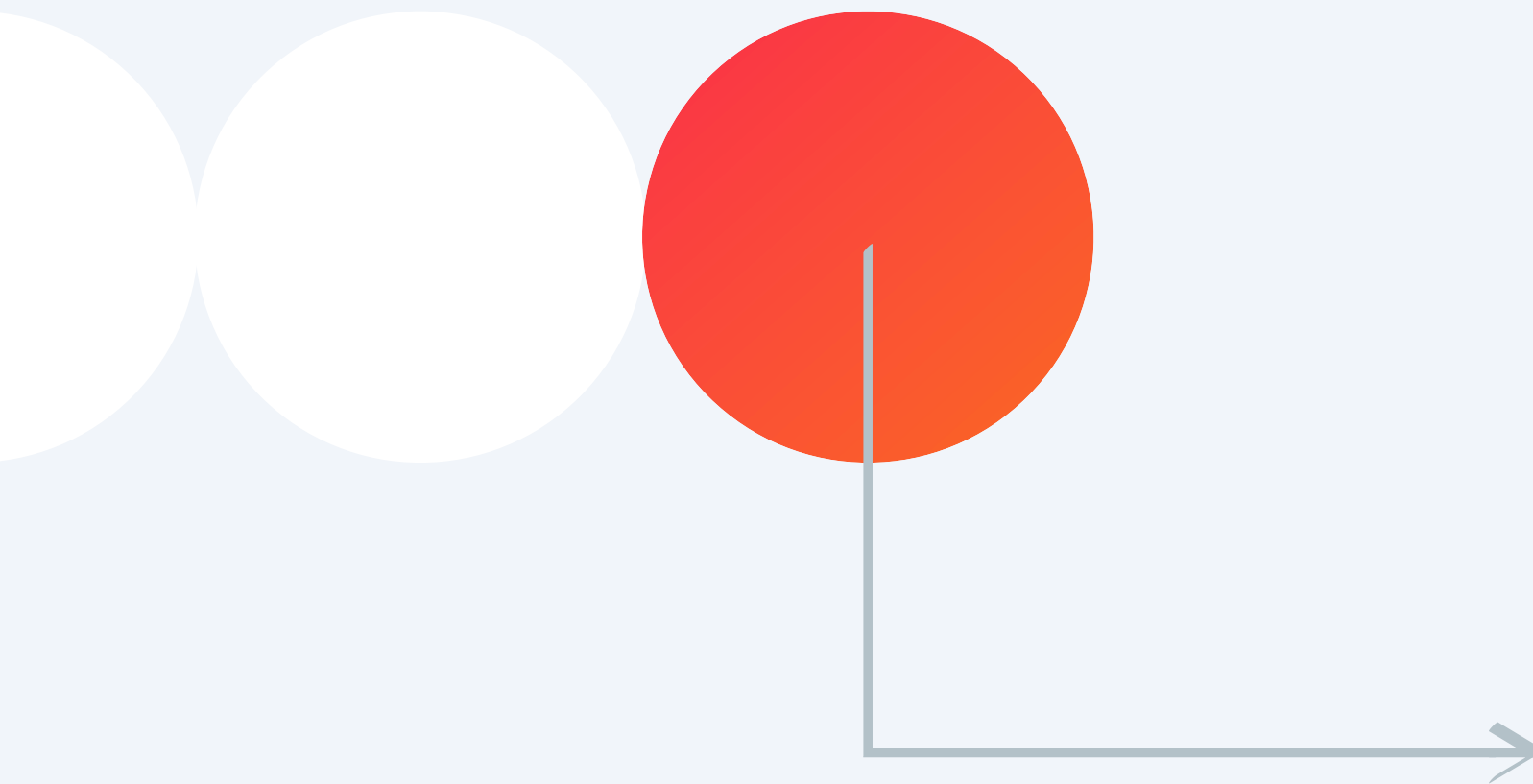
De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Deze gids zal jouw sales- en marketingteam ondersteunen bij het herkennen, uitvoeren en laten groeien van hun leadgeneratie.



Inhoud

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Hoe bereik je je ideale klant?

04

Hoe zet je dit om in de praktijk?

14

Dit ga je leren.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Stap binnen in de wereld van succesvolle leadgeneratie!

In deze gids leggen we je in detail uit hoe je meer leads kan identificeren en deze omzetten in meetings in je agenda.

Hoe leer je je doelgroep begrijpen en hoe spreek je ze aan? Leer strategieën die je helpen om je website te transformeren tot een magneet voor potentiële klanten.

We hebben het over het ontcijferen van bezoekersgedrag tot het optimaliseren van je communicatie voor maximale resultaten.

Leer hoe je op het juiste moment de juiste boodschap overbrengt en hoe je een duurzame relatie opbouwt die resulteert in langdurige loyaliteit.

In deze gids leer je:

- Hoe bereik je leads op het juiste moment.
- Hoe bouw je een winnende leadgeneratie strategie.
- Hoe voer je interactie met leads op het juiste moment, op het juiste kanaal in de praktijk.

Uiteindelijk zullen sales- en marketingteams in staat zijn om op een meer consistente, effectieve en efficiënte manier leads te benaderen, zodat ze meer omzet genereren.

Hoe bereik je je ideale klant?

Waarom koude emails niet meer werken.

Het gemiddelde antwoordpercentage op koude e-mails is minder dan 1 procent. Dit betekent dat de traditionele eerste e-mail meestal niet resoneert met de ontvanger.

Hoe voorkomen verkopers dat hun e-mails genegeerd worden? Simpel: door relevante en overtuigende e-mails te schrijven die zijn afgestemd op de ontvangers (oftewel gepersonaliseerde e-mails) en deze op het juiste moment te versturen.

Onderzoek toont aan dat sterk gepersonaliseerde e-mails naar de juiste doelgroep leiden tot betere resultaten, zoals een hoger percentage positieve reacties en meer afspraken die worden ingepland.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Email met hoge personalisatie

"Ik zag dat je [actie onderneemt].

Maak je je zorgen over [uitdaging]? We hebben [type bedrijf] zoals [vergelijkbaar voorbeeldklant] geholpen om [resultaat] te bereiken. Wil je weten hoe?"



Email met lage personalisatie

"Ik zag dat je [actie onderneemt] en dacht dat we misschien in gesprek kunnen komen..."

Bereik de juiste lead op het juiste moment.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Om optimale resultaten te behalen, is het essentieel dat sales- en marketingteams een diepgaand inzicht hebben in hun doelgroep.

Het begrijpen van de behoeften en prioriteiten van leads vormt de basis voor het ontwikkelen van een effectieve leadgeneratiestrategie.

Hier volgen de belangrijkste tips om dit te bereiken en websitebezoeken om te zetten in initiële meetings en uiteindelijk omzet.

- 1 Herken duidelijke koopsignalen binnen verschillende segmenten.
- 2 Richt je tot de juiste decision maker.
- 3 Bouw een proces om deze leads op het juiste moment te benaderen.

Bereik de juiste lead op het juiste moment.

1

Herken duidelijke koopsignalen binnen verschillende segmenten.

Niet elke websitebezoeker is hetzelfde. Veel hangt af van waar ze zich in de verkoopfunnel bevinden en hoe hoog hun koopintentie is.

Een koopsignaal geeft aan hoe waarschijnlijk het is dat een bedrijf of persoon een aankoop zal doen. Deze signalen kun je vaak afleiden uit het engagement en gedrag dat iemand op je website vertoont.

Door deze signalen te analyseren, kun je leads indelen in verschillende categorieën of segmenten en je vervolgacties daarop afstemmen. Voorbeelden hiervan zijn tijd doorbrengen op de tarievenpagina, het aanvragen van demo's, het gedetailleerd bekijken van productpagina's en meer.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Laag

- Content bekijken
- Nieuw management
- Nieuwe funding

Medium

- Interesse in specifiek product
- Bekijkt reviews
- Bekijkt case-studies
- Is ontvankelijk voor telefoontjes

Hoog

- Start een gratis proefperiode
- Vult een formulier in
- Bekijkt tarieven / vraagt informatie aan

Bereik de juiste lead op het juiste moment.

2

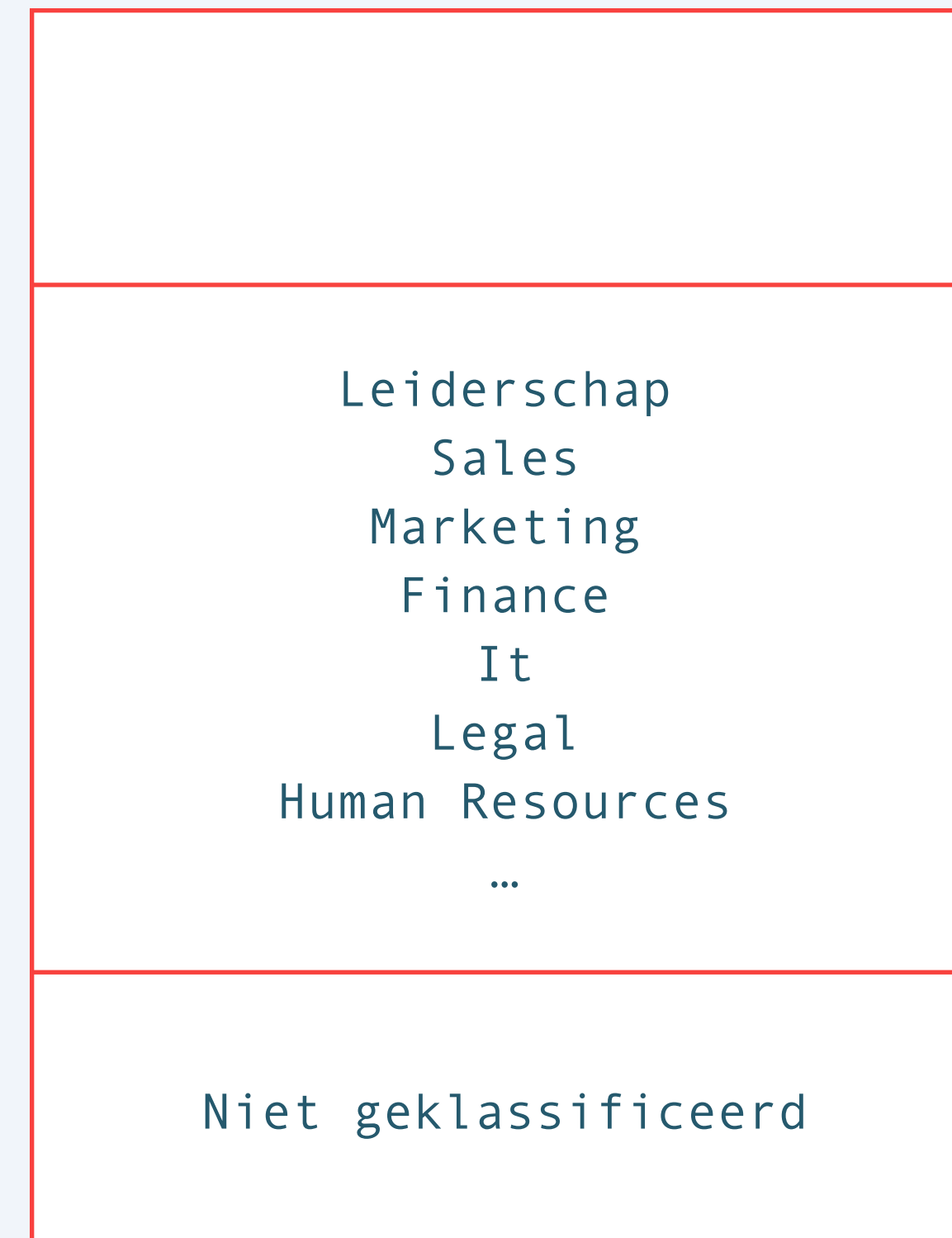
Richt je tot de juiste decision maker.

Het zal je misschien verbazen: **het zijn je leads die de inhoud van jouw e-mails bepalen.** Bij Leadinfo gebruiken we o.a. inzichten over websitegedrag, functie en branche om onze doelgroep te definiëren.

In de database van Leadinfo zijn ongeveer 50 miljoen verschillende functietitels te vinden. Met zoveel functietitels was het voor verkopers moeilijk om te bepalen of ze de juiste mensen met hun e-mails bereikten.

Om dit probleem op te lossen, hebben we een machine learning-classificatiemodel ontwikkeld. Dit model rangschikt elke functietitel volgens senioriteit en in een van de 13 functiecategorieën. Hierdoor kunnen teams eenvoudig selecteren welke beslissers perfect aansluiten bij het bedrijf, wat het gemakkelijker maakt om telkens de juiste e-mail naar de juiste lead te sturen.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Bereik de juiste lead op het juiste moment.

3

Bouw een proces om deze leads op het juiste moment te benaderen.

Het verschil tussen wel of geen afspraak met een lead maken, ligt grotendeels in de timing.

Wanneer je deze stap bereikt, weet je precies wat de intentie van een lead is en waar ze zich in de verkoopfunnel bevinden. Bovendien heb je je beslissingsmakende eenheid (DMU) geselecteerd.

Door hier op een gepaste manier mee om te gaan en je communicatie af te stemmen op de fase van de funnel (bijvoorbeeld AIDA), kun je inhoudelijk betere berichten sturen dan je concurrentie.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Hoe bouw je hiervoor een winnende strategie?

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Het personaliseren van communicatie is niet nieuw, maar veel teams doen het niet goed omdat het veel tijd kost. Gemiddeld besteden ze 21% van hun dag aan het schrijven van e-mails.

Door technologie kunnen verkopers nu snel inzicht krijgen in het gedrag en de betrokkenheid van leads, waardoor ze veel sneller gepaste communicatie kunnen opstarten.

Zo kunnen teams technologie inzetten om hun aanpak en interacties met leads te stroomlijnen.

- 1 Gebruik de juiste personalisatie specifiek voor je ontvanger.
- 2 Maak een draaiboek met campagnes voor je prospectie.
- 3 Gebruik data om succes te meten en op te schalen.

Hoe bouw je hiervoor een winnende strategie?

1

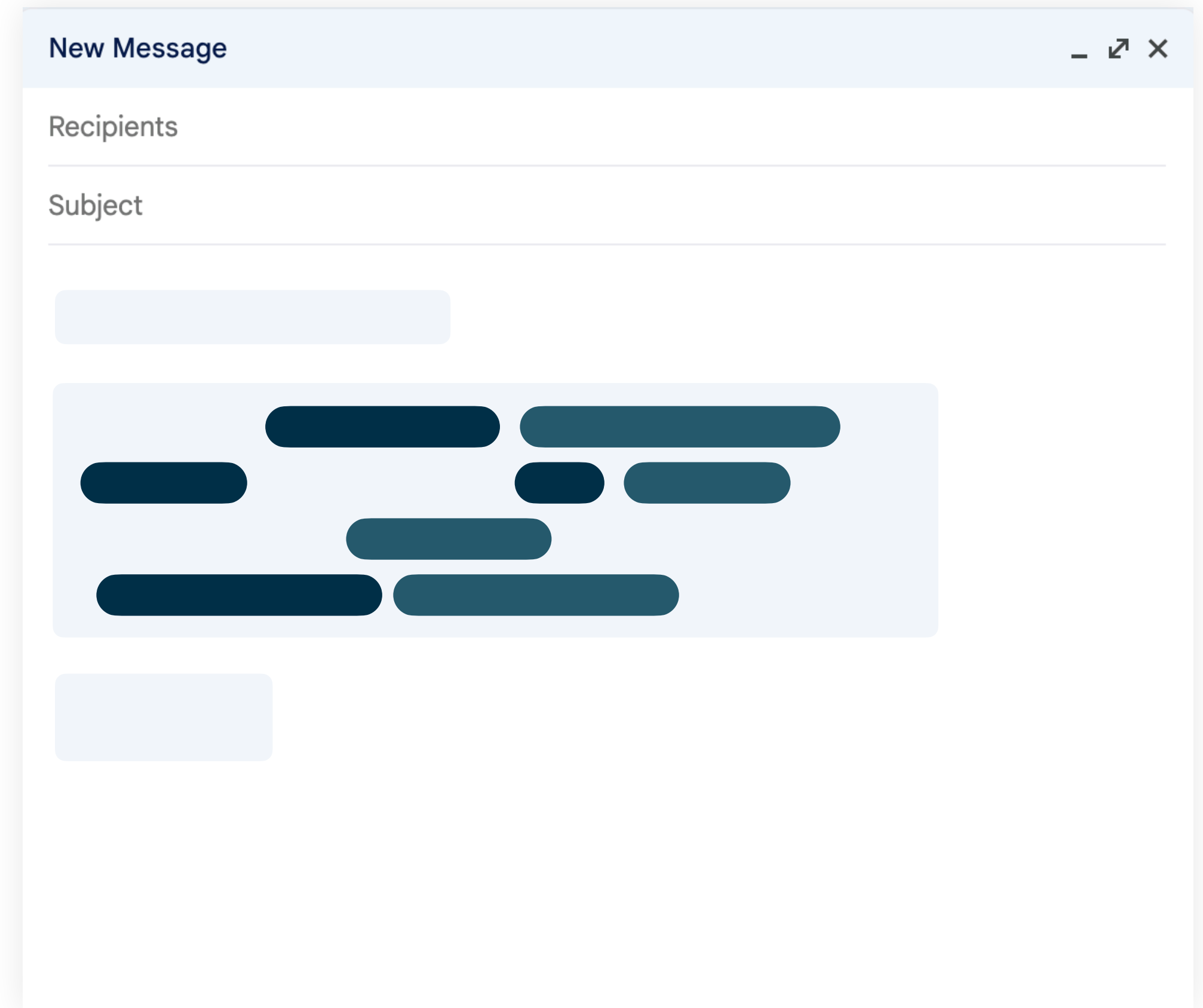
Gebruik de juiste personalisatie specifiek voor je ontvanger.

Een platform zoals Leadinfo maakt het verzamelen van gegevens over je leads eenvoudig. Denk aan recente bedrijfscijfers, verzamelen van koopsignalen, en cruciale details over de medewerkers, allemaal beschikbaar zonder enige handmatige inspanning en overzichtelijk gepresenteerd.

Deze informatie stelt teams in staat om hun communicatie te personaliseren met relevante feiten over de lead, het bedrijf of de branche, waardoor hun interacties effectiever worden.

Met geautomatiseerde functies zoals die van Leadinfo kunnen teams zich nog meer concentreren op de warmste leads en dus meer gekwalificeerde gesprekken voeren, wat de productiviteit (en omzet) verhoogt.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Hoe bouw je hiervoor een winnende strategie?

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

2

Bouw gestructureerde campagnes voor hogere responskansen.

Draaiboeken bevatten bewezen methoden om je leads om te zetten in gekwalificeerde prospecten. Met scenario-gebaseerde campagnes en contextuele berichten helpen ze verkopers om sneller vervolgacties met leads te verkrijgen.

De campagnes in een draaiboek geven je team specifieke templates met acties, zoals het versturen van e-mails en LinkedIn-activiteiten, zodat ze sneller kunnen handelen.



Hoe bouw je hiervoor een winnende strategie?

2

Bouw gestructureerde campagnes voor hogere responskansen.

Hierbij enkele voorbeelden van campagne stappen en hoe je ze kan gebruiken.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Openings-e-mails:

Het grootste deel van de kracht van een campagne zit in de eerste e-mail en de bijbehorende antwoordmails (later meer over antwoordmails). Een geweldige eerste e-mail vergroot de effectiviteit van de rest van de campagne; hoe meer aandacht je aan het begin van een lead krijgt, hoe effectiever de rest zal zijn, zelfs als je in eerste instantie geen reactie krijgt.

Middelste e-mails:

Schrijf e-mails die algemeen genoeg zijn om bij alle leads te gebruiken, maak je waardepropositie duidelijk en vraag aan het einde om bijvoorbeeld een meeting.

Sociale media:

Hoe meer unieke kanalen je gebruikt om iemand te benaderen, hoe beter. Als je leads LinkedIn gebruiken, is dat een geweldig kanaal. Verkopers kunnen berichten sturen via een LinkedIn-connectieverzoek, LinkedIn InMail of LinkedIn-profielweergave.

De afscheids-mail:

Als een lead dit punt in een campagne bereikt, is het tijd om iets anders te proberen. Hier, meer dan waar dan ook, wil je aandacht trekken. Idealiter wil je een positieve reactie, maar elke reactie is beter dan niks.

Er zijn een paar veelgebruikte strategieën zijn:

- Een grappige e-mail.
- Een ongewoon directe e-mail.

Hoe bouw je hiervoor een winnende strategie?

3

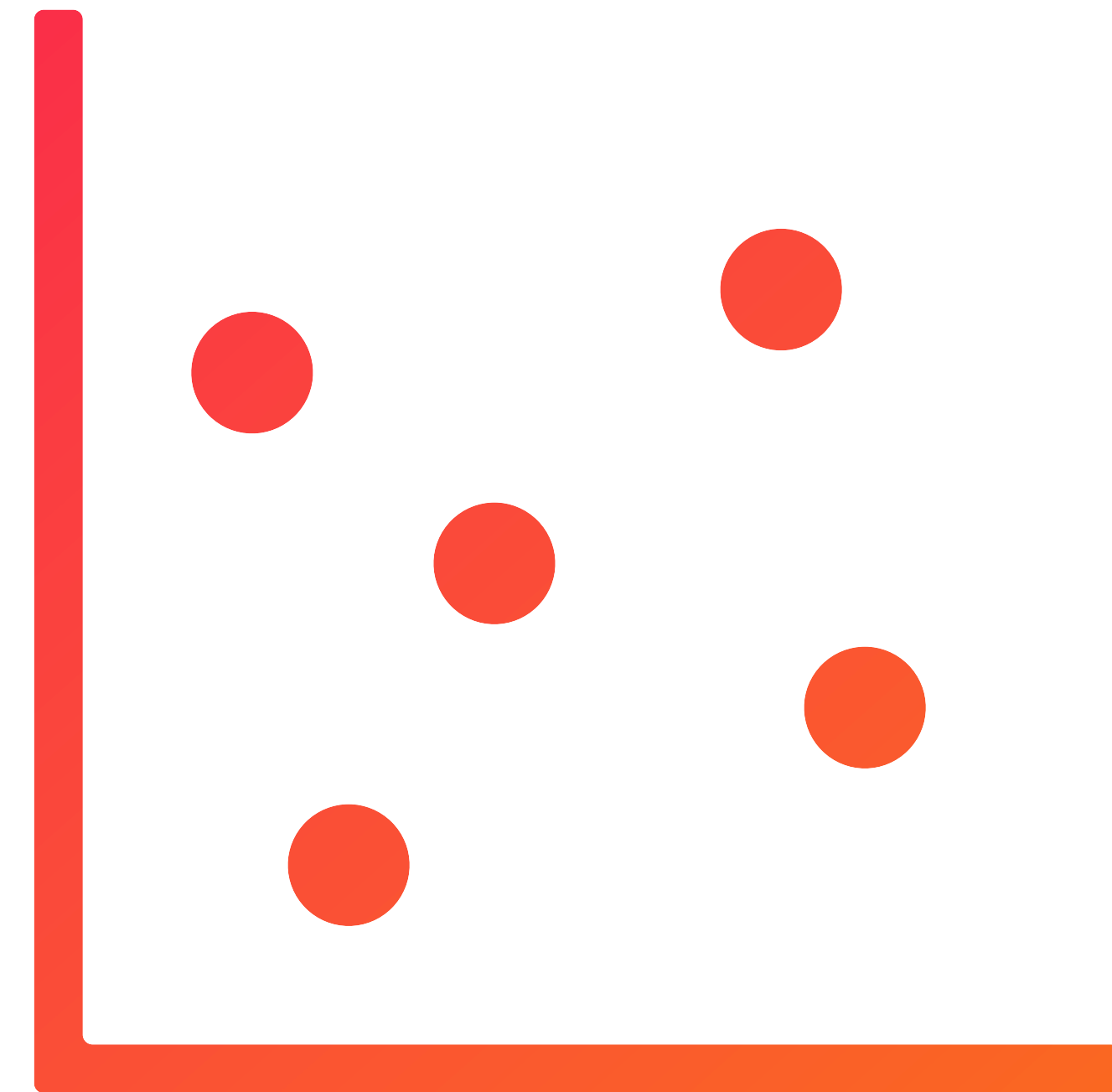
Gebruik data om succes te meten en op te schalen.

Rekening houden met koopsignalen en de intentie van leads helpt verkoopteams campagnes en draaiboeken te verbeteren. Door reacties van leads, van positieve feedback tot klachten, te analyseren, krijgen teams waardevolle inzichten in de effectiviteit van hun benadering.

Het is belangrijk om niet alleen naar het antwoordpercentage te kijken, maar ook naar de inhoud van reacties om de voortgang van het verkoopproces beter te begrijpen.

Deze analyse stelt verkoopteams in staat de beste volgende stap in de verkoopfunnel te bepalen, wat leidt tot een gerichtere en succesvollere verkoopstrategie.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Hoe zet je dit om in de praktijk?

Laten we eens kijken hoe we meer leads kunnen converteren op automatische piloot.

Het aantrekken van websitebezoekers is essentieel, maar het converteren van leads is net zo belangrijk. Sales- en marketingteams hebben beperkte tijd, dus ze moeten efficiënt te werk gaan. Alleen zo kunnen ze zich richten op hun kerntaken: het converteren van deals, en dit telkens meer dan in de vorige periode. Als je je alleen blijft richten op het genereren van leads, kun je de productiviteit nooit verhogen.

Door een verkoopproces te volgen dat is gebaseerd op de inzichten uit het vorige hoofdstuk en dit in de praktijk toe te passen, krijgt je team het vertrouwen dat ze de juiste acties ondernemen. Met andere woorden, ze gebruiken beproefde best practices om meer leads te creëren, meer deals te sluiten en hun quota te halen.

Laten we eens kijken hoe we dit kunnen doen.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Tijd om op te schalen.

Merk je dat een bepaald onderdeel van je flow zorgt voor een grote impact? Grijp deze kans en maak er een geautomatiseerde campagne van die het hele team kan gebruiken. Zo kun je je funnel steeds verder optimaliseren voor nog meer succes.

Kies gedetailleerde segmenten voor elke verkoper of fase.

Om meer deals te winnen, moeten sales- en marketingteams snel de beste leads kunnen identificeren en de kansen met het meeste potentieel kunnen prioriteren. Het is cruciaal om te weten welke leads de hoogste kans op succes bieden, zodat je je tijd en middelen efficiënt kunt inzetten.

Maar hoe scheid je precies het kaf van het koren en neem je de juiste acties om je resultaten te verbeteren? Het begint allemaal met het correct en duidelijk categoriseren van je leads. Door je leads goed in te delen, kun je gericht werken en je strategie afstemmen op de behoeften en gedragingen van je prospects.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Hier zijn de filters voor segmenten met verschillende koopintentie:



Kies gedetailleerde segmenten voor elke verkoper of fase.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Eerste bezoek met startende intentie

Wanneer alle regels waar zijn:

Branch	is een van	Computer en netwerk ...
Totale bezoektijd	meer dan	2 min 0 sec
Eerste bezoek		

Bezoekers met hoge intentie

Wanneer alle regels waar zijn:

Pagina URL	bevat	tarieven
Medium	is een van	LinkedIn Ads
Herhaal bezoek		
HubSpot: deal bestaat	Nee	

Stel een specifieke trigger in voor elke DMU.

Je weet niet altijd precies wie je website bezoekt, maar dat betekent niet dat je geen acties kunt ondernemen op deze accounts. Met een platform zoals Leadinfo, dat informatie heeft over de medewerkers van vrijwel elk bedrijf, kun je gemakkelijk deze persoon terugvinden.

Geef eenvoudig aan welke afdeling normaal gesproken klant wordt bij je, en Leadinfo doet de rest. Het platform zoekt binnen 13 verschillende functiecategorieën naar de best mogelijke match. Mocht je toch nog twijfelen, dan kun je een gerichte campagne opzetten om de juiste persoon te bereiken. Je weet immers zeker dat er een bezoek aan je website is geweest.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Decision making unit



- Administratie
- Business Development
- Consulting
- Customer Service
- Finance
- Human Resources
- Information Technology
- Leadership**
- Juridisch
- Marketing
- Operations
- Project Management
- Verkoop

Bouw een campagne afhankelijk van de koopsignalen.

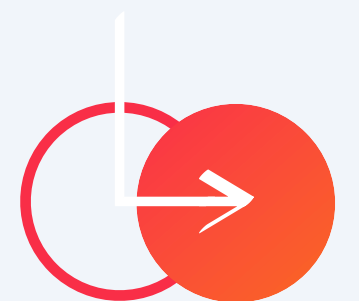
Hier begint de echte magie. In slechts 5 minuten per week kun je gemakkelijk alle leads bereiken die in de vorige stappen zijn geïdentificeerd.

Een campagne kan bestaan uit e-mail- en LinkedIn-stappen en is ontworpen om geleidelijk een relatie op te bouwen met de ontvangers. Dit helpt vertrouwen te creëren en zorgt ervoor dat je top-of-mind blijft. Afhankelijk van waar je lead zich in de funnel bevindt, kun je deze communicatie opschalen en directer worden, bijvoorbeeld door een meeting aan te vragen.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Een voorbeeld van een campagne met 59% open en 65% click-rate:

N = 550



Bouw een campagne afhankelijk van de koopsignalen.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Een campagne die LinkedIn en e-mail naadloos combineert, zorgt ervoor dat je leads via verschillende kanalen benadert en daardoor steeds meer top-of-mind blijft.

Door e-mails in een thread te gebruiken, bouw je voort op eerdere berichten. Hierdoor hoef je niet telkens een volledig nieuwe e-mail te schrijven, maar kun je een doorlopend verhaal creëren. De LinkedIn-stappen versterken je campagne door extra contactmomenten toe te voegen en zo meer vertrouwen op te bouwen bij je leads.



De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

P.S. We kunnen dit niet genoeg zeggen:

Zorgen dat de juiste stakeholders en beslissers (DMU) betrokken zijn, is cruciaal voor het verkrijgen van echt draagvlak en het sluiten van meer deals.

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.

Waarom Leadinfo?

Leadinfo is het toonaangevende platform dat teams helpt om efficiënt meer leads te genereren en voorspelbaar meer deals te sluiten. Van het identificeren van leads tot het aangaan van gesprekken met hen, ons platform maakt gebruik van automatisering en kunstmatige intelligentie om sales- en marketingteams te ondersteunen bij het verhogen van de efficiëntie en effectiviteit van al hun go-to-market activiteiten gedurende de volledige verkoopcyclus.

Leadinfo is het enige bedrijf dat al deze functionaliteiten aanbiedt in één geïntegreerd platform, wat resulteert in betere verkoopresultaten met meer eenvoud. Meer dan 5.500 klanten, waaronder Brother, StepStone, Heineken, Coca Cola, vertrouwen op Leadinfo om hun leadgeneratie aan te sturen. Leadinfo is een particulier bedrijf gevestigd in Rotterdam, Nederland, met kantoren wereldwijd.

© 2024. Leadinfo. Alle rechten voorbehouden.
Voor meer informatie, bezoek leadinfo.com.

Start je gratis proefperiode

De ultieme gids om leads te genereren die daadwerkelijk converteren.



Vertrouwd door meer dan 5500 bedrijven wereldwijd.

Start je gratis proefperiode