



Van lead naar sales, hoe doe je dat op een effectieve manier?

Laat je leads niet verloren gaan

Agenda:

En huishoudelijke mededelingen

- ★ Introductie (Bart)
- ★ Leads – hoe werkt dat? (Bart)
- ★ Introductie (Jay)
- ★ Sales – het opvolgen van leads (Jay)
- ★ Vragen/ discussie
- ★ Afsluiting



Korte introductie:

Bart Degeling

partner/ commercieel manager

Bambuu





8.9



Award-winning strategisch
marketingbureau voor
ondernemers met groeiplannen.

Top 5 uitdagingen
waarmee klanten ons bellen

Bekijk de unieke
Bambuu formule



8,9

recommendation
door klanten

[Meer Informatie →](#)



bambuu

Grip op marketing

PROFIEL

GESTART IN 2014

DRIE OPRICHTERS EIGENAAR

70 ACTIEVE KLANTEN

GROEI 26% PER JAAR GEM. (3YR)

22 FTE + 10 FLEX

HEEL NL/BIJNA ALLE SECTOREN

GEEN DETAILH./HORECA

MKB GROEI AMBITIE € 3 -€ 15MIO



**NEDERLANDSE
SALES ACADEMIE**

POWERED BY IMK OPLEIDINGEN

Korte introductie:

Jay Hijmering
Directeur Nederlandse Sales
Academie



Download **hier** onze studiegids

EFFECTIEVE VERKOOPTRAININGEN VOOR DE AMBITIEUZE SALES PROFESSIONAL

> ACCOUNTMANAGEMENT
> KLANTGERICHTHEID
> SALES MANAGEMENT

> COMMERCIËLE BINNENDIENST
> ADVIESVAARDIGHEDEN
> INCOMPANY

STUDIEADVIES NODIG?

BEKIJK TRAININGEN

STUDIEADVIES NODIG?

BEKIJK TRAININGEN

> SALES MANAGEMENT

> INCOMPANY

Profiel

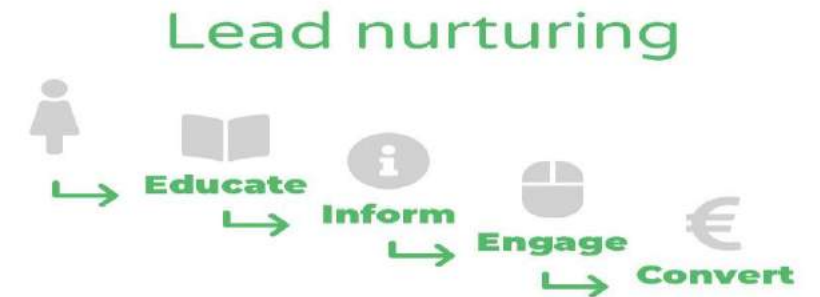
- Sinds 2003
- Sales, Service & Klantgerichtheid
- 8 gepassioneerde trainers
- Waarden:
 - ✓ Passie
 - ✓ Professioneel
 - ✓ Performance
 - ✓ Persoonlijk

Enkele cijfers:

- ★ 80% van alle leads wordt niet of nauwelijks opgevolgd
- ★ 73% van de aan sales overgedragen leads zijn nog niet “verkooprijp”
- ★ 80% van de sales wordt gerealiseerd tussen de 5e en 12e opvolgpoging
- ★ Het gemiddeld aantal opvolgpogingen is 1,3
- ★ 10% doet meer dan 3 opvolgpogingen
- ★ 'Sales-ready' leads die opgevolgd worden binnen een uur hebben een 60x hogere conversieratio
- ★ 90% van de marketing leads wordt GEEN order
- ★ Lead nurturing zorgt voor:
 - gemiddelde omzetgroei van 20%
 - zorgt voor 50% meer verkooprijpe leads
 - zorgt voor 33% lagere kosten per lead
 - 65% van de B2B bedrijven doet niet aan Lead Nurturing

• Bronnen: Harvard Business Review, Forrester, Hubspot

Verschillende fasen van de marketingfunnel:



Manieren om aan leads te komen:

HJ Notariaat
29 oktober 2020 · 🌐

Binnen 2 minuten weten of een testament voor u belangrijk is? Ontdek het met de Testament Check!



Heeft u alles goed geregeld?

HJNOTARIAAT.NL/TESTAMENT
Doe de Testament Check
In 12 stellingen meer duidelijkheid

Meer informatie

👍👍 24 11 opmerkingen 12 keer gedeeld

✓ Meer dan 10 jaar ervaring ✓ Hoog opgeleide, ervaren trainers ✓ Specialist in breinleren

loof sterke teams home introductie trainers kennisbank brochure contact [Brochure downloaden](#)

hoe versterk je de balans in jouw team?

Sterke teams zijn niet vanzelfsprekend. Ze kunnen echter wél gebouwd worden. Ontdek hoe je jouw team kunt versterken.

[Brochure downloaden](#)

Adv. · teamversterken.nl/team/verbeteren

[Je team verbeteren? | Hoe bouw je een sterk Team? | Download de brochure](#)

Sterke teams zijn niet vanzelfsprekend. Hoe bouw je er een? Lees het in de brochure. Wij bouwen al meer dan 10 jaar sterke teams. Lees onze ervaring in de gratis brochure. Meer dan 10 jaar ervaring. Hoog opgeleide trainers...

[Introductie](#)

[Brochure](#)

[Trainers](#)

[Trainers](#)

Wat is het verschil tussen een marketing qualified lead (MQL) en een sales qualified lead (SQL):

- Het segmenteren van leads in MQL en SQL helpt bedrijven met het optimaal behandelen van binnengekomen leads.

- **MQL:**

- ★ Top of the funnel
- ★ Oriënteert nog naar de oplossing van het probleem
- ★ Overweegt verschillende producten of diensten
- ★ Binnengekomen via bijv. brochure download, kennis test etc.
- ★ Erkent zijn probleem, nog niet klaar om te kopen

- Voorbeeld

- **SQL:**

- ★ Bottom of the funnel
- ★ Bovengemiddeld geïnteresseerd in je product of dienst
- ★ Gaat op korte termijn een keuze maken
- ★ Binnengekomen via bijv. offerte aanvraag, contactformulier ingevuld etc.
- ★ Aan het einde van zijn kooptraject klaar om geholpen te worden in zijn keuze

- Voorbeeld

Hoe je de marketing- salesafdeling optimaal kunt laten samenwerken (4 tips)

- Definieer gezamenlijke doelstellingen/ KPI's
- Werk samen het volledige proces uit, van lead naar klant
- Zorg voor een vast meeting ritme met marketing en sales
- Ga uit van cijfers



1. Kans om te kiezen:



Kans om te kiezen:



Kans om te kiezen:

Verkrijg inzicht en *neem actie*:

1. Verhoog bij verliesgevende klanten je tarieven, en/of
2. Verminder bij deze klanten je kosten, of
3. Neem afscheid van deze klanten en 'gun' ze aan je concurrent

2. Stop met verkopen:

People don't like to
be sold to...
but **everyone** loves
to **BUY!**

- Jeffrey Gitomer



Stop met verkopen:

“Laten we stoppen met
verkopen en het voortaan
klanten **makkelijker** maken om
te **kopen!**”

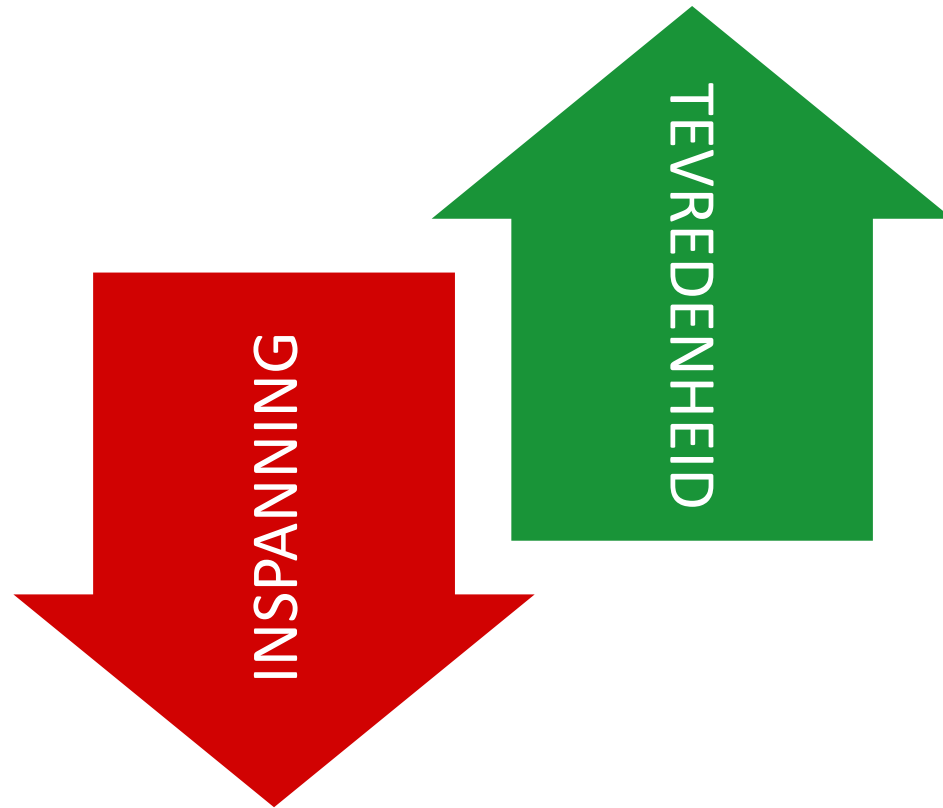
- Jay Hijmering

Stop met verkopen:



“86% van de klanten is bereid om tot 25% meer te betalen voor een betere klantervaring”

Stop met verkopen:



Stop met verkopen:

LOG IN OP JOUW ACCOUNT

JOUW WINKELMAND (0)

WAAROM RECYCLEN?

Door te recyclen smaakt onze koffie je niet alleen goed, maar geeft het je ook een goed gevoel. Jij speelt een belangrijke rol in ons recyclingproces: jij bent namelijk degene die de capsules recyclet!

ONTDEK >



HOE KAN IK RECYCLEN?

Lever jouw volle recyclezak in bij onze Boutiques of een pick-up point bij jou in de buurt. Ook kan je de volle recyclezak aan de bezorger van jouw Nespresso bestelling meegeven.

ONTDEK >



RECYCLE MEE EN WIN

100% van de capsules die we inzamelen krijgen een nieuw leven. Lever jouw volle recyclezak met gebruikte capsules in en maak kans op mooie prijzen!

ONTDEK >



Stop met verkopen:

Home > Contact & Service > Bel mij terug



Bel mij terug: direct iemand aan de lijn met verstand van zaken

DIRECT CONTACT

MAAK NU EEN AFSPRAAK →

BEL: 0800 099 13 13 →

OFFERTEAANVRAAG →

bambuu

Grip op marketing



**NEDERLANDSE
SALES ACADEMIE**

POWERED BY IMK OPLEIDINGEN

Stop met verkopen:

Home > Contact & Service > Bel mij terug



Bel mij terug: direct ier
van zaken

BANDEN en WIELEN			
	Goed	Beter	Best
1. Binnenband voor vervangen	€ 22	€ 25	
2. Binnenband achter vervangen	€ 30	€ 33	
3. Binnen- en buitenband vervangen voor	€ 40	€ 50	€ 60
4. Binnen- en buitenband vervangen achter	€ 50	€ 60	€ 70
5. Spannen en richten wiel *wiel eruit		€ 12	€ 30*
6. Repareren en richten wiel incl. enkele spaken		€ 25	
7. Voorwiel vlechten en spannen incl. alle spaken		€ 90	
8. Achterwiel vlechten en spannen incl. alle spaken		€ 120	

AANDRIJVING en VERSNELLING			
	Goed	Beter	Best
8. Ketting spannen		€ 10	
9. Ketting opleggen en spannen		€ 15	
10. Ketting en tandwiel vervangen single speed		€ 40	€ 45
11. Crankstel (aluminium) vervangen *voor Gazelle		€ 50	€ 60*
12. Pedalen vervangen	€ 15	€ 25	
13. Versnellingskabel monteren en afstellen		€ 29	
14. Trapas vervangen		€ 40	

REMMEN en VERLICHTING			
	Goed	Beter	Best
15. Remkabel vervangen voor (binnen en buiten)		€ 17	

bambuu

Grip op marketing



**NEDERLANDSE
SALES ACADEMIE**

POWERED BY IMK OPLEIDINGEN

3. De vraag achter de vraag:

Klanten kopen niet jouw product of dienst maar wat het voor hen doet:

- ★ Wat wil de klant nu écht?
- ★ Hoe draagt jouw product of dienst bij aan het behalen van zijn doelen?
- ★ Wat zijn de ambities, dromen angsten etc. van de klant?



De vraag achter de vraag:

Klanten kopen geen commercieel trainingstraject - ze kopen de zekerheid van een sterk sales team dat bijdraagt aan de groeiambities van de organisatie.

De vraag achter de vraag:

Klanten kopen geen commercieel trainingstraject - ze kopen de zekerheid van een sterk sales team dat bijdraagt aan de groeiambities van de organisatie.

Klanten kopen geen marketing advies rapport - ze kopen zichtbaarheid van hun website en merk om zich te onderscheiden van hun concurrentie.

De vraag achter de vraag:

Klanten kopen geen commercieel trainingstraject - ze kopen de zekerheid van een sterk sales team dat bijdraagt aan de groeiambities van de organisatie.

Klanten kopen geen marketing advies rapport - ze kopen zichtbaarheid van hun website en merk om zich te onderscheiden van hun concurrentie.

Wat kopen jouw klanten?...

Weet sales dit boven water te halen in hun gesprek met de klant?

4. Begin klein:

**Je vraagt iemand
toch ook niet ten
huwelijk op de
eerste date?**



Begin klein:



Begin klein:

Aandacht pakken

Begin klein:

Aandacht pakken

Probleem identificeren

Begin klein:

Aandacht pakken

Probleem identificeren

Presenteer de oplossing

Begin klein:

Aandacht pakken

Probleem identificeren

Presenteer de oplossing

Leg uit hoe het werkt

Begin klein:

Aandacht pakken

Probleem identificeren

Presenteer de oplossing

Leg uit hoe het werkt

Accepteer weerstand & buig het om

Begin klein:

Aandacht pakken

Probleem identificeren

Presenteer de oplossing

Leg uit hoe het werkt

Accepteer weerstand & buig het om

Uitsluiten van onzekerheid

Begin klein:

- A**andacht pakken
- P**robleem identificeren
- P**resenteer de oplossing
- L**eg uit hoe het werkt
- A**ccepteer weerstand & buig het om
- U**itsluiten van onzekerheid
- S**luit sterk af met een concreet vervolg

Begin klein:

- A**andacht pakken
- P**robleem identificeren
- P**resenteer de oplossing
- L**eg uit hoe het werkt
- A**ccepteer weerstand & buig het om
- U**itsluiten van onzekerheid
- S**luit sterk af met een concreet vervolg

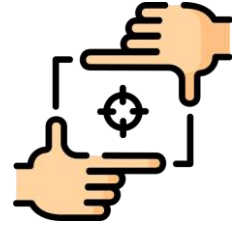
Begin klein:

- A**andacht pakken
- P**robleem identificeren
- P**resenteer de oplossing
- L**eg uit hoe het werkt
- A**ccepteer weerstand & buig het om
- U**itsluiten van onzekerheid
- S**luit sterk af met een concreet vervolg

***Make it easy
to buy, and
easy to sell.***

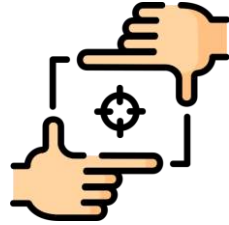
IN HET KORT:

1. Focus op de juiste klanten



IN HET KORT:

1. Focus op de juiste klanten

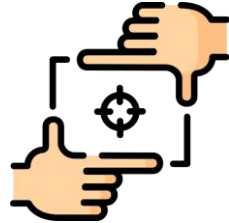


2. Maak het makkelijker voor de klant



IN HET KORT:

1. Focus op de juiste klanten



2. Maak het makkelijker voor de klant

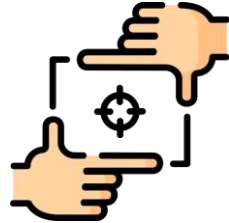


3. Verkoop de waarde; niet het
product/dienst



IN HET KORT:

1. Focus op de juiste klanten



2. Maak het makkelijker voor de klant



3. Verkoop de waarde; niet het product/dienst



4. Wees assertief en creëer een kans



Welke vragen heb je voor ons?

