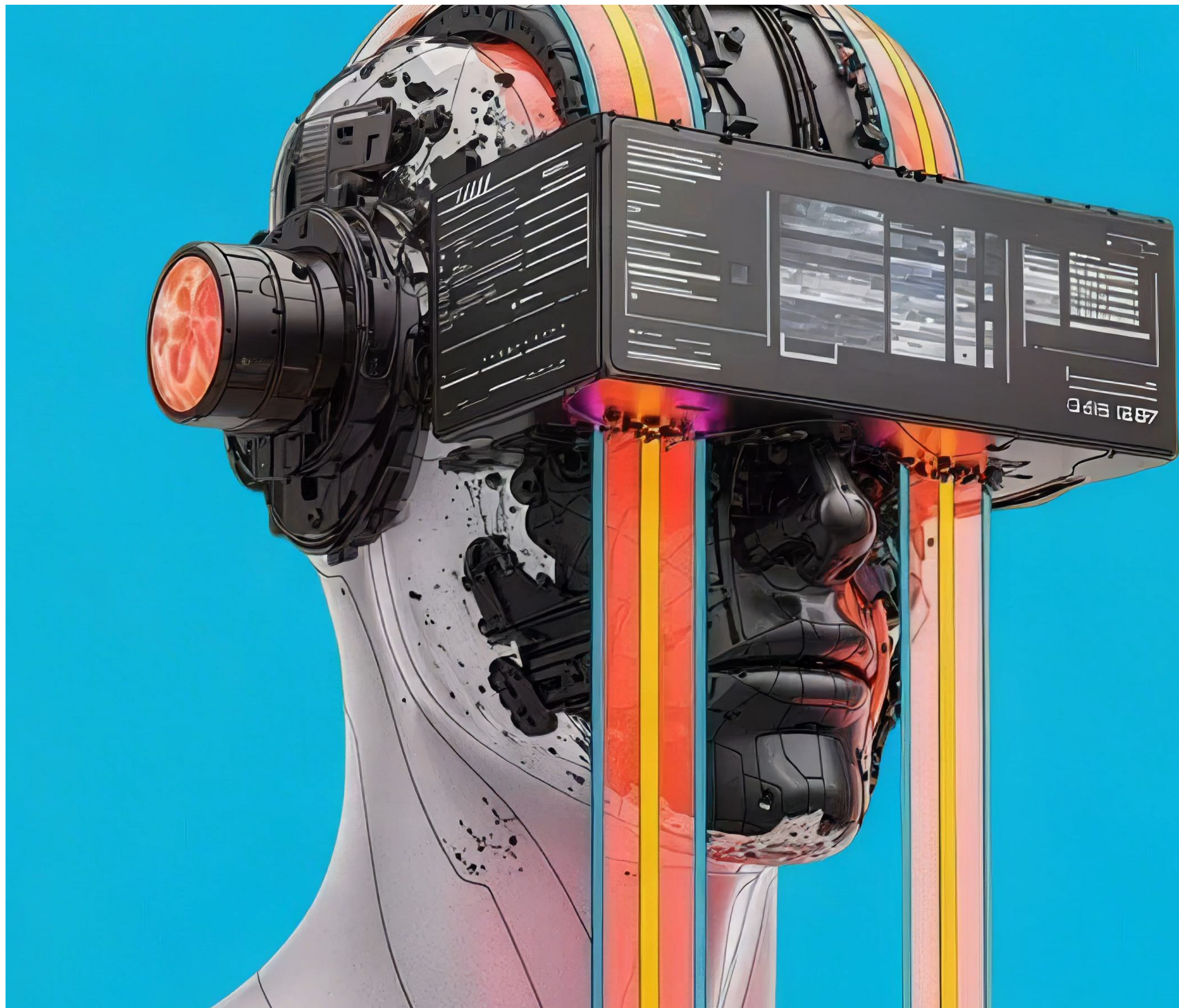


WHAT'S
NEXT IN
DIGITAL
HERE'S A RECAP



END OF YOUR

NIEUWE LEADS OP DE AUTOMATISCHE PILOOT

Minder handwerk. Meer gesprekken. En je team houdt energie over.

INHOUD

- Introductie
- Nieuwste inzichten en trends
- Belangrijkste redenen om dit te implementeren in je business
- Praktische tips en toepassingen
- Dit kun je zelf; hier moet je een specialist aanhaken
- Conclusie



DE GROOTSTE VERANDERING

Nieuwe leads krijgen is vaak weinig 'sales-skill' en heel veel 'monnikenwerk'. Lijsten bouwen, research doen, data aanvullen, mailtjes personaliseren, opvolgen, weer opvolgen... en ondertussen loopt je pipeline gewoon door. Zonde, want veel van dit werk is herhaalbaar. En alles wat herhaalbaar is, kun je slimmer organiseren.

De grootste mindset-shift is deze: AI gebruiken om hetzelfde sneller te doen is fijn, maar je wint er geen wedstrijd mee. Het echte voordeel zit in workflows die dingen mogelijk maken die je team anders simpelweg niet redt in een week.

VOOR WIE IS DIT WHITEPAPER BEDOELD?

- Commerciële teams
- Marketing & e-commerce professionals
- Customer service & operations
- Creatieve en digitale strategen
- Management en beslissers



NIEUWSTE INZICHTEN EN TRENDS

B2B outreach is de laatste jaren veranderd. Niet omdat prospects ineens dol zijn op cold mail (was het maar zo), maar omdat de bouwstenen om het goed te doen veel toegankelijker zijn geworden.

Wat je nu ziet:

■ Data en signalen zijn veel beter beschikbaar

Denk aan updates rondom funding, hiring, rolwisselingen, tech stack en zelfs contentthema's waar een bedrijf mee bezig is. Dat soort signalen kun je gebruiken als aanleiding om op het juiste moment relevant te zijn.

■ Orchestratie is de nieuwe superpower

Tools kunnen steeds makkelijker met elkaar praten. CRM ↔ enrichment ↔ LinkedIn-data ↔ AI-checks ↔ outreach. Wat vroeger maatwerk en tijd was, kun je nu vaker als workflow neerzetten.

■ AI doet niet alleen tekst, maar ook werkstappen

Dus: informatie zoeken, eruit halen wat relevant is, data structureren, accounts classificeren op fit en prioriteit. Dat maakt schaal mogelijk, zonder dat je team verdrinkt in research.

BELANGRIJKSTE REDENEN OM DIT TE IMPLEMENTEREN IN JE BUSINESS

De meeste teams voelen ergens wel dat outreach 'beter' kan. Alleen... het kost tijd. En precies dat is het probleem. Outreach faalt vaak niet door gebrek aan ambitie, maar door een combinatie van slechte targeting, lage relevantie en te veel handwerk.

Wat je wint met slimme workflows:

- Je verwerkt meer accounts met betere kwaliteit (denk: research van 10+ minuten naar 1 minuut).
- Je krijgt consistentie op schaal: dezelfde datapunten, dezelfde fit-check, dezelfde kwaliteitslat voor messaging.
- Je krijgt buying committees sneller in beeld, in plaats van 'we mailen gewoon de info@'.
- Signalen kunnen acties triggeren op het juiste moment, waardoor je outreach minder random voelt.
- Sales houdt meer tijd over voor gesprekken en follow-up. Dat is het echte mensenwerk.

BELANGRIJKSTE REDENEN OM DIT TE IMPLEMENTEREN IN JE BUSINESS

De meeste teams voelen ergens wel dat outreach 'beter' kan. Alleen... het kost tijd. En precies dat is het probleem. Outreach faalt vaak niet door gebrek aan ambitie, maar door een combinatie van slechte targeting, lage relevantie en te veel handwerk.

Wat je wint met slimme workflows:

- Je verwerkt meer accounts met betere kwaliteit (denk: research van 10+ minuten naar 1 minuut).
- Je krijgt consistentie op schaal: dezelfde datapunten, dezelfde fit-check, dezelfde kwaliteitslat voor messaging.
- Je krijgt buying committees sneller in beeld, in plaats van 'we mailen gewoon de info@'.
- Signalen kunnen acties triggeren op het juiste moment, waardoor je outreach minder random voelt.
- Sales houdt meer tijd over voor gesprekken en follow-up. Dat is het echte mensenwerk.

PRAKTISCHE TIPS EN TOEPASSINGEN

Maar... hoe pak je dit aan zonder dat het een mega-project wordt?

Door te beginnen bij het handwerk en daar stap voor stap een workflow omheen te bouwen. Denk in 'ketens': data → beoordeling → boodschap → verzending → opvolging → terug naar CRM.

01 Vind je herhaalbare handwerk

Dit is je startpunt. Wat doe je elke week opnieuw, en voelt altijd hetzelfde?

Voorbeelden die vaak terugkomen: research, kwalificatie, opvolging en CRM-hygiëne.

Praktische tip:

Schrijf een week lang mee welke taken je vaker dan 10 keer doet. Als je daar al zuchtend aan begint, zit je goed.

02 Maak je classificatie expliciet

Veel teams 'voelen' wel wat een goede lead is, maar hebben het nooit strak gemaakt. Terwijl je workflow daar juist op draait. Je kunt prospects bijvoorbeeld indelen op:

- Firmographics (grootte, sector, regio, type bedrijf)

- Technographics (welke tools/stack gebruiken ze)

- Buying committee (decision makers, champions, influencers)

- Signalen (hiring, funding, tech changes, content/site updates)

- Friction points (waar lopen ze waarschijnlijk tegenaan)

Het hoeft niet perfect. Het moet duidelijk genoeg zijn om consistent te kunnen scoren.

PRAKTISCHE TIPS EN TOEPASSINGEN



Start met 'Automated ICP scoring & outreach'

Een krachtige basisflow is: lijst → enrichment → scoring → gepersonaliseerde outreach. Het idee is simpel: je verrijkt accounts en contacts, checkt of ze passen bij je ICP, en stuurt daarna pas berichten.

Praktisch aanpakken:

- Begin met een kleine lijst (50–100 prospects) om je flow te testen.
- Voeg verrijking toe die je echt gebruikt (rol, teamgrootte, tooling, recente veranderingen).
- Laat AI de data samenvatten tot 'wat is hier relevant?', zodat sales niet door ruwe info hoeft te ploegen.

Overige tips & tricks

Werk met signal-based ABM (timing is alles)

In plaats van 'we sturen nu gewoon een batch', kun je outreach koppelen aan signalen. Bijvoorbeeld een nieuwe commerciële directeur, hiring in sales/marketing of een shift in contentthema's.

Praktisch aanpakken:

- Kies 2–3 signalen die passen bij jouw aanbod (funding is interessant als je iets duurdere trajecten verkoopt).
- Maak per signaal een simpele playbook: wat zeggen we, welke angle past, welke use case koppelen we eraan.
- Laat AI je eerste versie schrijven, maar zet er altijd een menselijke check op voor toon en scherpte.

PRAKTISCHE TIPS EN TOEPASSINGEN

Versnel inbound met 'demo enrichment & call cheat sheets'

Inbound is vaak je beste kans, maar teams bereiden calls nog vaak handmatig voor. Dit kan veel sneller: van demo request naar een korte cheat sheet met bedrijfscontext, hypothesen en talking points.

Praktisch aanpakken:

- Trigger op demo request.
- Verrijk automatisch met company info en context.
- Laat AI samenvatten in een format dat sales echt gebruikt (kort, bullets, next steps).

OF

Maak discovery calls persoonlijker zonder extra research-uren

Gebruik je geen demo's? Geen probleem. Je kunt met AI ook razendsnel van website naar gesprek: basiscontext, vermoedelijke uitdagingen en een paar talking points als start.

Praktisch aanpakken:

- Laat AI drie gesprekshypothesen geven die je kunt toetsen (geen waarheden, maar 'dit zou kunnen spelen').
- Gebruik het als voorbereiding, niet als script. Het gesprek blijft menselijk.

PRAKTISCHE TIPS EN TOEPASSINGEN

Denk aan 'customer signals' (churn voorkomen)

Slimme signalen zijn er niet alleen voor new business. Bijvoorbeeld: als een key user vertrekt, wil je dat weten voordat churn realiteit wordt.

Praktisch aanpakken:

- Houd een lijst bij van belangrijke champions/key users.
- Check periodiek of e-maildomein en LinkedIn-profiel nog matchen.
- Als er iets wijzigt: tag het account en zet een proactieve actie uit.



DIT KUN JE ZELF; HIERVOOR HAAK JE EEN SPECIALIST AAN

Zelf doen werkt prima als je klein begint: automatiseer bijvoorbeeld de eerste stappen en ervaar wat in jouw situatie het meeste oplevert.

Dit kun je zelf doen:

- Vaststellen waar het handwerk zit (research, kwalificatie, opvolging, CRM).
- Je ICP en classificatiecriteria helder maken.
- Kiezen welke signalen relevant zijn voor jouw aanbod (funding, hiring, tech changes, locatie, content shifts).
- Een kleine pilot draaien met 50-100 prospects en feedback ophalen uit het team.

Een partner is echter handig als je sneller wilt, of als je ook onderhoud en doorontwikkeling wil borgen. Het bespaart je tijd en je leert veel van de samenwerking met een ervaren pro.

Hier is specialistische hulp slim:

- Workflows bouwen die meerdere tools veilig en stabiel koppelen (en die niet omvallen bij de eerste wijziging).
- Inbox-optimalisatie rondom verzending (warmup, validatie) als e-mail een belangrijk kanaal is.
- Multi-channel orchestration (LinkedIn + e-mail) met tracking en goede overdracht naar je CRM.
- Inrichting van reply-afhandeling en routing, zodat leads niet blijven hangen in inboxen.

GOALS

Als je elke week 'hetzelfde' blijft doen, dan word je misschien sneller... maar niet per se beter. De echte groei komt uit systemen die je team op schaal helpen: betere data, betere timing, betere follow-up. Daardoor krijg je meer gesprekken uit dezelfde resources, en houd je tijd over voor wat alleen mensen goed kunnen.

MEER WETEN?

Meer weten? Hulp nodig? Of wil je 1-op-1 advies over leadgeneratie en andere AI-toepassingen die je kunnen helpen efficiënter en succesvoller te werken? Maak een afspraak met een van onze specialisten.

Bel, mail of kom langs:



023 - 727 10 77



info@endeavour.nl



Gonnetstraat 32
2011 KA Haarlem