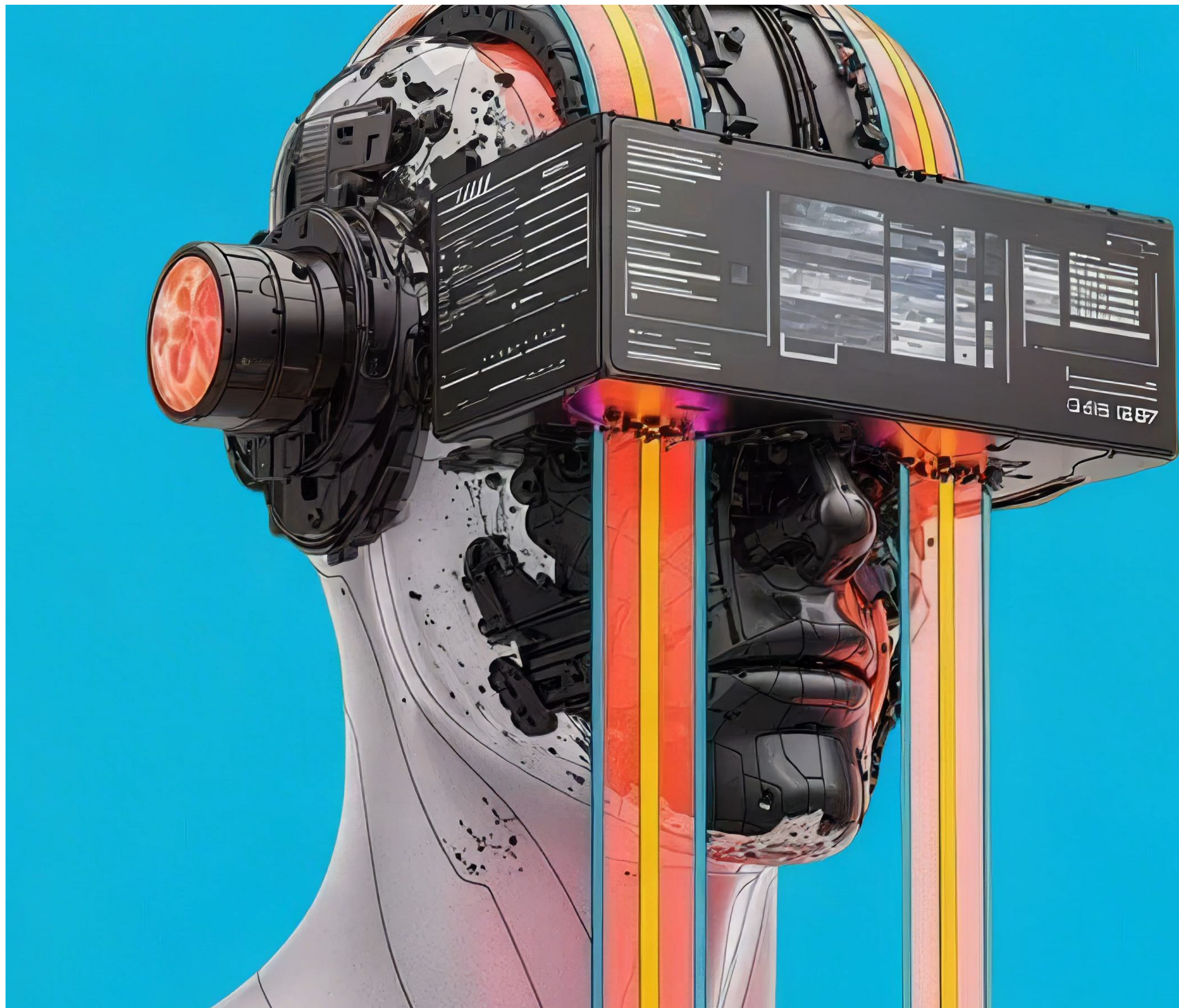


WHAT'S
NEXT IN
DIGITAL
HERE'S A RECAP



END OF YOUR

SLIMMERE MARKETING EN SALES MET HUBSPOT & AI

Van “waar staat die info ook alweer?” naar een team dat lekker doorloopt.

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



WINDGIG

AI-tools zijn overal. Leuk, maar als ze jouw klanten, data en processen niet snappen, blijft het vaak bij losse trucjes. De echte winst zit in AI die meedraait in je dagelijkse werk. Dus: in je CRM, in je pipelines, in je supportflow.

En precies daar komt een HubSpot om de hoek kijken: omdat marketing, sales en service daar al samenkomen (in één platform), kun je AI ook inzetten met context. Niet als los speeltje, maar bovenop je bestaande manier van werken. HubSpot positioneert die AI-laag onder de noemer Breeze: AI die toegang heeft tot je CRM-data en je businesscontext, zodat je minder generieke antwoorden krijgt en meer hulp die echt waarde toevoegt.

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

We verschuiven steeds meer van “generieke AI” naar ‘contextuele AI’. In de praktijk zie je drie trends steeds duidelijker worden:

■ AI werkt pas echt als je data klopt

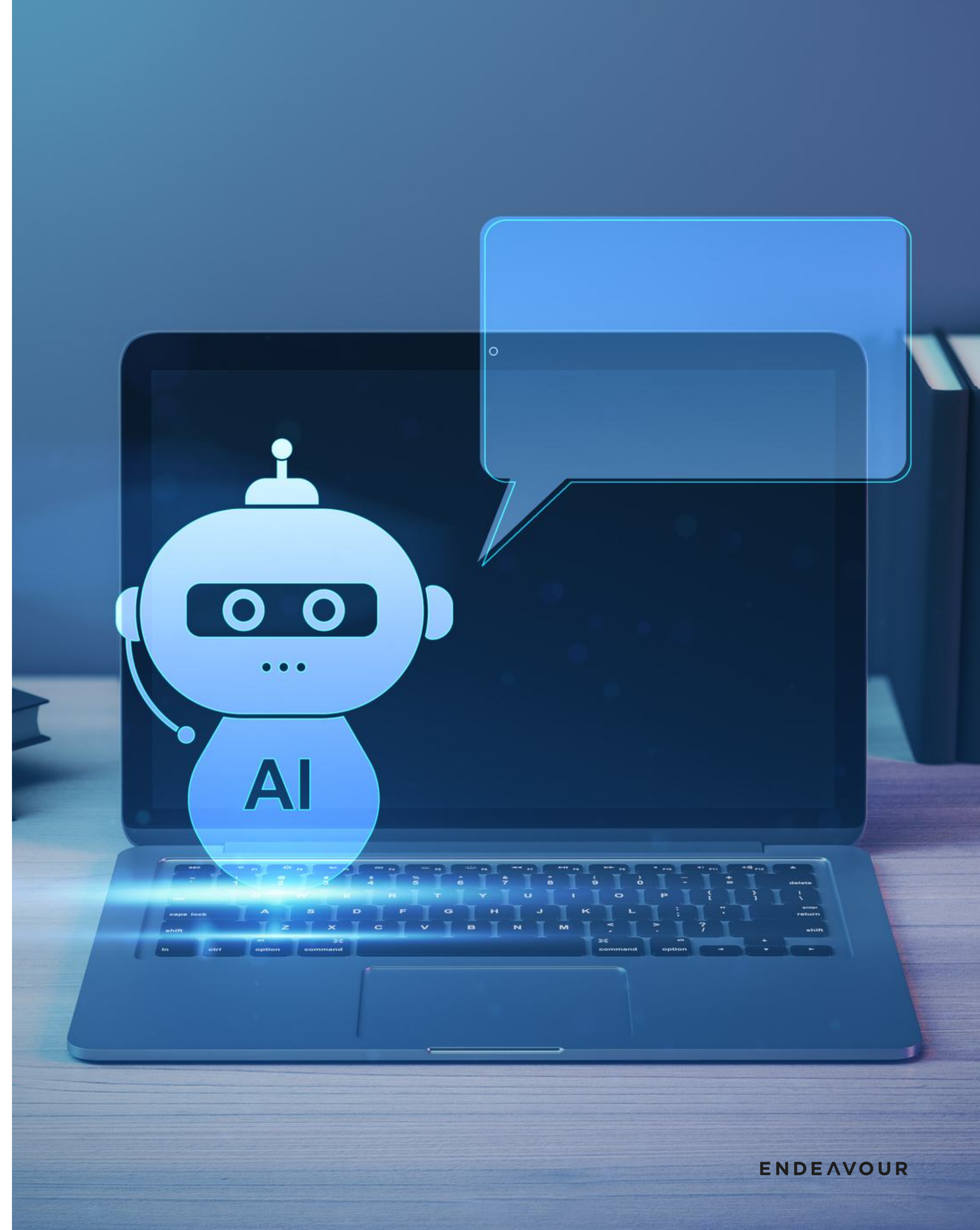
Iedereen wil AI “aanzetten”, maar als je CRM een rommeltje is, gaat AI vooral rommel teruggeven. Dat maakt dat datakwaliteit en -verrijking belangrijker worden. HubSpot zet daar ook op in met AI die je helpt om context te snappen en data te benutten.

■ Van assistenten naar agents

Assistenten helpen je met losse taken (samenvatten, content maken, voorbereiden). Agents gaan een stap verder: die pakken een stukje proces op en blijven doorwerken in je workflow. HubSpot noemt dit Breeze Agents: AI-teamgenoten die binnen marketing, sales en service repeterend werk kunnen overnemen, terwijl jij de regie houdt.

■ AI wordt een teamgenoot, niet een speeltje

Denk aan een digitale conciërge voor klantvragen, een ops-helper die research doet en data aanvult, of een prospecting-BDR die helpt om leads op te volgen. HubSpot werkt dit uit met o.a. een AI Prospecting Agent voor sales en een Customer Agent-achtige inzet voor service.



BELANGRIJKSTE REDENEN OM DIT TE IMPLEMENTEREN IN JE BUSINESS

Als AI goed is ingebed in je HubSpot-omgeving en processen, voelt het al snel alsof je team “meer handen” heeft. Zonder dat je extra mensen hoeft aan te nemen.

Wat je daar concreet uit haalt:

■ Sneller werken met minder context-switching.

Minder zoeken, minder copy-paste. Omdat veel informatie al in HubSpot zit (contacten, bedrijven, deals, tickets, activiteiten), kan AI helpen om sneller overzicht te krijgen en acties voor te bereiden zonder dat je in vijf tools tegelijk zit.

■ Betere data, dus betere beslissingen.

Enrichment en automatische updates houden je contact- en bedrijfsrecords scherper. Dat helpt marketing bij targetting en sales bij prioriteren. Als je dit slim inricht in HubSpot, wordt “CRM bijhouden” ook minder een dagelijkse struggle.

■ Meer consistentie richting de klant.

Als Marketing Hub, Sales Hub en Service Hub vanuit dezelfde informatie werken, krijgt een klant minder tegenstrijdige antwoorden. HubSpot is juist sterk in die “één platform”-aanpak, en AI wordt dan een versneller in plaats van een extra silo.

■ Meer output zonder extra ‘AI-budgetstress’.

AI wordt pas gebruikt als het echt helpt. HubSpot zet daarom in op AI die direct in de werkplek zit (denk aan copilots en agents). Dan wordt adoptie een stuk makkelijker dan bij ‘weer een losse tool erbij’.

PRAKTISCHE TIPS EN TOEPASSINGEN

Hier zit de magie. Niet in ‘we gaan AI aanzetten’, maar in slim kiezen waar je begint en hoe je het beheersbaar houdt.

01 Begin bij het werk dat nu frictie geeft

Pak de momenten waar je team nu tijd verliest. Denk aan: CRM-records bijwerken, gesprekken teruglezen, meeting prep, snelle follow-ups, standaardvragen. Als je dit koppelt aan je HubSpot-processen (deals, tickets, taken, pipelines), voelt iedereen meteen verschil.

02 Zorg dat je CRM-data niet tegenwerkt

AI kan alleen zo slim zijn als de data die je voert. Maak het praktisch:

- Kies een kleine set velden die altijd klopt (naam, rol, bedrijf, status, dealfase).
- Spreek af wie eigenaar is van welke data. Anders wordt het ‘van iedereen’ en dus van niemand.
- Gebruik enrichment om gaten te vullen en wijzigingen te signaleren, zodat je records actueel blijven.

03 Gebruik HubSpot’s AI (Copilot) voor dagelijkse versnellers

HubSpot’s Breeze Copilot is bedoeld als ingebouwde helper in de HubSpot-omgeving: handig voor samenvattingen, suggesties en snelle voorbereidingen.

Maak het onderdeel van je routine. Bijvoorbeeld: na elk klantgesprek meteen een korte samenvatting + next step in het record, zodat je team niet steeds dezelfde context opnieuw hoeft op te bouwen.

04 Leg meeting-output direct vast in HubSpot

Gesprekken zijn top, maar notities verdwijnen in persoonlijke docs. HubSpot heeft (beta) een meeting notetaker die automatisch meetings kan joinen en notities/next steps/transcripts oplevert. Dat helpt om je CRM “vers” te houden zonder extra admin.

Werk met ‘records summaries’ om sneller te schakelen

Als je snel wilt snappen wat er speelt bij een deal, ticket of bedrijf, wil je niet alles doorspitten. Laat AI je eerst het overzicht geven, check daarna zelf even de highlights. In HubSpot is dat extra waardevol omdat al je touchpoints bij elkaar staan.

PRAKTISCHE TIPS EN TOEPASSINGEN

05 Zet Breeze Agents in waar je proces herhaalbaar is

Agents zijn vooral fijn als er een duidelijk stukje werk is dat steeds terugkomt.

Denk aan:

- Een Customer Agent-achtige inzet voor veelgestelde vragen en eerste lijns service (met duidelijke regels wanneer er wordt doorgeschakeld).
- Een Data/ops-achtige agent om informatie aan te vullen of te structureren op schaal.
- Een Prospecting Agent voor sales die helpt met outreach en follow-up vanuit de sales-werkplek.

06 Maak het veilig en voorspelbaar (zodat iedereen durft)

Teams haken vaak af op “mag dit wel?” en “gaat dit rare dingen doen?”. Maak daarom simpele spelregels in je HubSpot-inrichting: welke info mag AI gebruiken, welke output moet altijd gecheckt worden, en wanneer moet een agent escaleren naar een collega. HubSpot positioneert agents ook nadrukkelijk als iets dat je kunt beheren en aanpassen in je eigen omgeving.

07 Bouw klein, leer snel, schaal pas daarna

Kies één team en één use case. Laat dat 2-4 weken lopen. Meet niet alleen ‘tijdwinst’, maar ook adoptie: gebruiken mensen het echt, of staat het ergens mooi te glimmen in het menu?

DIT KUN JE ZELF; HIERVOOR HAAK JE EEN SPECIALIST AAN

Dit kun je zelf doen:

- Processen kiezen waar AI in HubSpot echt helpt (en niet alleen “voor de leuk”).
- Data-afspraken maken: wat moet kloppen, wie beheert het, hoe blijft het actueel.
- Richtlijnen maken voor tone of voice en kwaliteitscheck bij AI-content.
- Een pilotteam kiezen en feedback organiseren.

Hier wil je vaak een specialist bij:

- Slimme inrichting van HubSpot CRM-structuur, pipelines en rechten.
- Configuratie van Breeze Copilot/Agents, inclusief kennisbronnen en guardrails.
- Integraties en automatiseringen die verder gaan dan standaard instellingen.
- Adoptie: zorgen dat teams het ook echt gaan gebruiken (en blijven gebruiken).

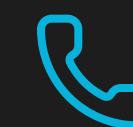
CONCEPT

AI wordt pas waardevol als het onderdeel is van je echte werk. Niet als losse tool, maar als teamgenoot in je HubSpot-omgeving en processen. Begin bij het signaleren van de frictie, zorg dat je data op orde is en kies één goede pilot. Als dat staat, kun je stap voor stap opschalen met copilots en agents die repeterend werk uit handen nemen, terwijl jij de regie houdt over je marketing, sales en service.

MEER WETEN?

Meer weten? Hulp nodig? Of wil je 1-op-1 advies over HubSpot 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