

CanvassCompany

ambitie) passie) resultaat



DIGITAL * LEAD DEVELOPMENT

→ *hoe krijg je grip op succes?*



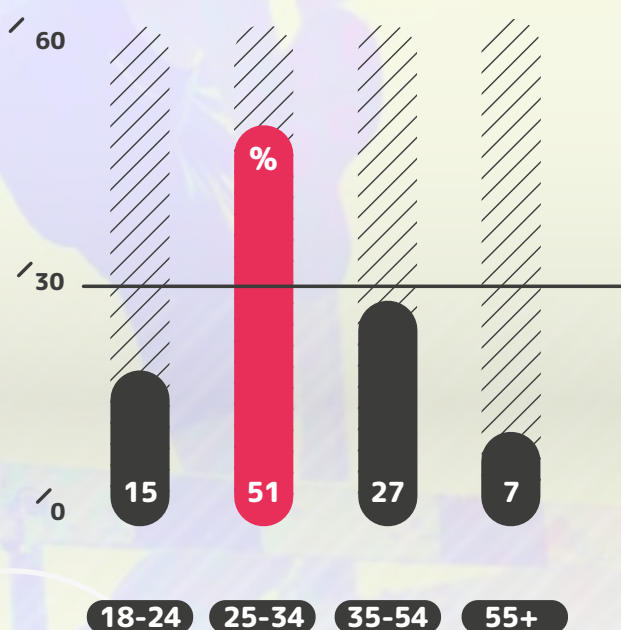
DE NIEUWE DIGITALE REALITEIT IS NU!

Je hebt het vast gemerkt, ook op marketing- en salesafdelingen heeft de digitale realiteit grote invloed.

We communiceren met z'n allen 24/7. Maar dit doen we wel anders dan voorheen. We zijn bewogen van analoge naar digitale communicatie. Ook thuiswerken blijft een vast onderdeel in onze werkcultuur.

80%
van de
beroepsbevolking
heeft een
LinkedIn-profiel.

- BRON: STATISTA.COM -



// % users by age group

ZO VIND JE JOUW DOELGROEP

Het is tijd om een punt te zetten achter telefonische acquisitie, het werkt simpelweg niet meer. Je moet op zoek naar nieuwe manieren om je doelgroep te bereiken. Een netwerksite als LinkedIn is daarvoor een goed middel. Wist je dat ruim 80% van de beroepsbevolking een LinkedIn-profiel heeft?

Het genereren van leads vraagt om een vernieuwde aanpak. Eentje die digitaal plaatsvindt...

Ga terug naar de tekentafel

Vind jezelf opnieuw uit. De wereld om ons heen digitaliseert immers snel en constant. En zeg eens eerlijk: zijn jouw propositie, positionering en manier van verkoop ook al jaren hetzelfde?

BEKIJK DE VIDEOTIP



BEGIN BIJ HET BEGIN

Maar hoe pak je deze nieuwe manier van sales - waarin marketing een cruciale rol speelt - dan goed en gestructureerd aan? Daar kunnen wij jou bij helpen. Hoe? Met Digital Lead Development. Maar voordat je hiermee begint, is het belangrijk om eerst heel goed na te denken over de positionering van je bedrijf en de doorvertaling naar de doelgroep. Want focus op specifieke sectoren is key. Pas wanneer potentiële klanten zich herkennen in het probleem, staan ze open voor jouw oplossing.

CanvassCompany heeft voor de transitie naar de digitale realiteit een aantal tips geformuleerd! Zie hier rechts onze eerste tip. Wil je ze allemaal lezen of kijken, klik dan hier.

We hebben de term Digital Lead Development al laten vallen. Op de volgende pagina's leggen we alle ins en outs hierover uit...



WAT IS DIGITAL LEAD DEVELOPMENT PRECIES?

Digital Lead Development is het antwoord op de digitale realiteit, waarbij netwerken én het delen van kennis uiteindelijk leiden tot mooie leads.

Vroeger was het de taak van sales om telefonisch mensen zo ver te krijgen om een afspraak in te plannen. Vaak met een kortetermijnvisie en snelle verkoop als doel. Die tijd is geweest...



JOUW PROSPECT IS VAN MEER OP DE HOOGTE DAN JE MISSCHIEN DENKT

In de huidige digitale realiteit weten jouw prospects al veel meer dan vroeger, veel ontbrekende informatie is namelijk digitaal te vinden. Echter, de behoefte om mensen te leren kennen en te netwerken is universeel en blijft bestaan.

Omdat marketing via content en slimme processen de lead alvast digitaal opwarmt, komt sales later in het besluitvormingsproces pas in contact. Eerst startte je als sales bij nul, nu neem je de potentiële klant aan de hand daar waar digitale informatie niet meer volstaat.

VIND EEN LOGISCHE AANLEIDING

Als je in contact wil komen met - voor jou - interessante mensen, is het van belang dat je goed hebt nagedacht over de vraag waarom het - ook voor de ander - interessant kan zijn.

Zorg voor een logische aanleiding. Dat vormt de basis voor een digitale connectie en de mogelijkheid om uiteindelijk je kennis te delen en mensen te interesseren. Je komt dus alsnog met elkaar in gesprek, maar nu digitaal.

Stel jezelf 4 simpele vragen

Wie ben ik?

Wat doe ik?

Voor wie doe ik dat?

En wat hebben zij eraan?

Blijf concreet en doe dit samen met je team!

BEKIJK DE VIDEOTIP



GA AVG-PROOF TE WERK

Het hoofddoel van Digital Lead Development is het uitbreiden van een relevant netwerk op LinkedIn, het op de radar komen van de juiste functionarissen, het delen van relevante content, het leggen van contacten en het ontwikkelen van leads. Waarom LinkedIn?

Naast de grote aanwezigheid van werkend Nederland, is LinkedIn ook een netwerk waar leden onderling mogen communiceren zonder dat vooraf toestemming nodig is (opt-in). Dat is dus AVG-proof.



CREËER EEN LANGETERMIJN- VISIE

Als je gaat zitten drammen en je nieuwe connecties overlaadt met irritante commerciële berichten, dan ga je je doel niet bereiken. De contacten die je legt moeten inhoudelijk van aard, voor de ander relevant en hopelijk ook interessant zijn. Uiteindelijk leidt alleen een professioneel contact tot een conversatie. Deel daarom gedoseerd, voor de ander, relevante content.

Hieruit kan een logische aanleiding ontstaan om nader met elkaar kennis te maken en het gesprek buiten LinkedIn voort te zetten. Deze stap kan zich snel aandienen, maar dit kan ook een lang proces zijn. Daarom is een strategische aanpak en een langetermijnvisie van belang.

Een lead die uit dit proces voortkomt, kan veelomvattend zijn. Van een algemene kennismaking tot een concrete vraag. In ieder geval is de eerste concrete stap gezet.

Op de volgende pagina leggen we per stap uit hoe wij jou met Digital Lead Development verder kunnen helpen.

Herzie de samenstelling van je marketing- en salesteam

Het genereren van leads is van sales naar (online) marketing verschoven. Salesteams worden kleiner en een verkoper komt later in het besluitvormingsproces aan tafel. Het niveau van sales is echter wel hoger.

BEKIJK DE VIDEOTIP



START TODAY.

ZO ZIET ONZE DIGITAL LEAD DEVELOPMENT STRATEGIE ERUIT

02. ONBOARDING

Samen bepalen we de beste aanpak. Centraal in de onboarding staat de contactstrategie, de LinkedIn-profiel(en) die we gaan gebruiken, de content die we gaan inzetten en het in te richten proces. Want hoe gaan we op een logische manier met de DMU in gesprek? Wat heb je te vertellen en welke kennis kun je weggeven? Uiteraard kunnen wij je helpen met het creëren van de juiste content. Uit deze sessie volgt de definitieve aanpak.

01. ANALYSE

Een digitale kennismaking met een organisatie start idealiter bij de eindbesliser(s). Voordat we het proces opstarten, moet deze Decision Making Unit of DMU glashelder zijn. Als voorbereiding op het traject brengen we jullie propositie, doelmarkten en DMU in kaart.

03. CONTACTSTRATEGIE

We gaan aan de slag met de uitwerking van het gehele proces. We schrijven de contactstrategie definitief uit in korte, logische en inhoudelijke touchpoints.

04. PROCESINRICHTING

We selecteren personen in LinkedIn Sales Navigator, DMU's en beïnvloeders bij de voor jullie interessante organisaties. Concurrenten, opportunity's en bestaande klanten sluiten we juist uit. Kortom: we voegen waarde toe aan jullie LinkedIn Sales Navigator-profiel(en). Vanzelfsprekend controleren jullie de prospect-lijsten en testen we het gehele proces.



06. CONTACT LEGGEN

De nieuwe connecties gaan wij zorgvuldig voor jullie inspireren door het sturen van relevante content. Niet overdadig en commercieel maar gedoseerd en inhoudelijk. De tone of voice die we hierbij hanteren is persoonlijk.

07. OPVOLGING

De nieuwe connecties gaan wij zorgvuldig voor jullie inspireren door het sturen van relevante content. Niet overdadig en commercieel maar gedoseerd en inhoudelijk. De tone of voice die we hierbij hanteren is persoonlijk.

09. NURTURE

We nemen alle connecties nog een keer grondig door en scherpen deze aan. Maar het belangrijkste is, met welke connecties zijn we nog niet in gesprek? Deze komen in het nurture programma.

We bedenken samen met jullie wat we deze personen nog meer kunnen geven en wat dan de logische vervolgstappen zijn. Op deze manier zorgen wij ervoor dat je bij je prospects op de radar blijft.

05. PROCESMANAGEMENT

Om grip, inzicht en overzicht te krijgen én te houden, hebben we een slim proces ingericht. Dit geeft ons de mogelijkheid om alle activiteiten goed te managen en jullie te voorzien van tweewekelijkse rapportages. Het uitvoeren van dit proces gebeurt deels geautomatiseerd, maar er komt ook veel handwerk bij kijken. Leads genereren kan immers onmogelijk automatisch. Was dat maar waar...

TWEEWEEKLIJKS ONTVANGEN JULLIE EEN MANAGEMENTRAPPORTAGE MET DAARIN ALLE BEHAALDE RESULTATEN.

08. LEADS

Een lead komt in alle vormen en maten. Bij Digital Lead Development is een lead een logische aanleiding om het gesprek over te dragen aan jullie sales-team.

WE MAKEN GEBRUIK VAN SLIMME TOOLS. EENTJE DAARVAN IS DE AGENDA TOOL. EEN CONNECTIE KAN JOUW AGENDA INZIEN EN ZELF EEN AFSpraak INPLANNEN. HEEL HANDIG.

WAT LEVERT DEZE AANPAK JULLIE OP?

EEN GROEIEND
LINKEDIN-
NETWERK MET
INTERESSANTE
MENSEN

VERGROTING VAN DE
NAAMSBEKENDHEID
BINNEN JULLIE
DOELGROEPEN

JULLIE VISIE EN AANPAK
WORDT GELEZEN,
BELUISTERD OF BEKEKEN
DOOR INZET VAN
RELEVANTE CONTENT

EEN GROEIENDE
PIPELINE MET
POTENTIËLE
KLANTEN

AFSPRAKEN.
BIJVOORBEELD EEN VIDEO-
CALL, EEN GOED GEVULD
WEBINAR OF EEN ANDER
KENNISEVENT

**Denk niet
vanuit budget
maar vanuit
doelstelling**

*Waar wil je als organisatie
eind volgend jaar staan?
Bedenk welke middelen je
gaat inzetten om daar te
komen. En dat vertaalt zich
naar een budget.*

BEKIJK DE VIDEOTIP

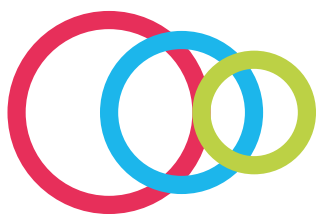


**Spreekt deze
aanpak je aan?**

Neem dan contact op met
Edwin de Haas (06 22520638)
of Frank van der Voort
(06 40666726)

CanvassCompany

Een unieke combinatie van marketing, sales en technologie. Dat kenmerkt de aanpak van CanvassCompany. Het draait om kwalitatieve leads en maximale conversie. In stappen helpen wij onze klanten meer grip te krijgen op hun commerciële strategie. Zodat deze meetbaar leidt tot betere resultaten en het realiseren van groeiambities. Met als belangrijke winst: meer invloed op de toekomstbestendigheid van het bedrijf.



CanvassCompany

ambitie) passie) resultaat

→ canvasscompany.nl