

# HOE JE IN 7 STAPPEN EEN NEW BUSINESS CAMPAGNE OPZET

Bestaande klanten behouden is goedkoper dan nieuwe klanten werven. Maar new business heb je óók nodig. Met deze handige checklist zet je een solide campagne op om new business te genereren. Het voordeel van een campagne? Focus. Hierdoor leer je snel en kun je de verbeterpunten direct weer toepassen tijdens de campagne.

## SCOPE

Zorg allereerst dat alle neuzen dezelfde kant op staan. Wat versta je onder new business? Zijn oud-klanten wel of geen new business? Of een andere DMU bij een bestaande klant? Bepaal vervolgens de scope van je campagne. Op welke doelgroep in welke markt ga je je richten? Met welk doel?



## BANT-CRITERIA

Om te beoordelen of een lead echt een lead is, definieer je voor deze campagne ieder BANT-criterium. In welke fase van het besluitvormingsproces staat de doelgroep open voor je boodschap? Is er in deze fase al Budget beschikbaar? Bij welke Authority wil je binnenkomen? Hoe groot moet de Need zijn en welk Timeframe moet er zijn, wil je er verder tijd en aandacht aan geven? Hoe koud of warm moet een lead zijn voor jou?



## KPI'S

Bepaal je KPI's. Heb je cijfers uit het verleden? Gebruik deze vooral. Je kunt KPI's zetten op iedere stap in de funnel:

- aantal BANT-gekwatificeerde leads
- van gekwalificeerde lead naar afspraak
- van afspraak naar offerte
- van offerte naar klant



## EVALUATIE

Op welke momenten en in welke frequentie komen de betrokkenen bij elkaar om het resultaat te bekijken, te evalueren en bij te sturen? Kijk naar de KPI's én naar de feedback van Sales. Als Sales het verliest van de concurrent, waarom dan? Werkt het verhaal? Moet het aangescherpt worden? Voer de verbeterpunten direct door.

### STAP 1

1



## DATA

Met welke bron van contacten ga je binnen deze scope met de minste inspanningen het meeste resultaat bereiken? Heb je deze data in je eigen database? Moet deze geoptimaliseerd worden? Heb je partners die de juiste data hebben? Welke data je ook gebruikt, zorg dat je AVG-proof bent.

### STAP 2

2

### STAP 3

3



## MIDDELEN/ KANALEN

Kies welke middelen je gaat inzetten om de doelgroep te bereiken. Neem ervaringen uit het verleden mee. Wat heeft gewerkt en wat niet. Bellen, content, whitepaper, video? Welke kanalen ga je gebruiken om het uit te zetten? Heb je voldoende database records om direct uit te bellen en leads te kwalificeren?

### STAP 4

4

### STAP 5

5



## WIE DOET WAT

Maak vóóraf duidelijke afspraken over de taakverdeling. Wie zorgt bijvoorbeeld voor content, een toolkit voor Sales, het verhaal, de offerte, voor de opvolging na kwalificatie en na de afspraak, voor een service call na klant- worden?

### STAP 6

6

### STAP 7

7

