



FIXLIST

Leadgeneratie & nurturing:
meest voorkomende problemen
mét oplossingen!





Inleiding

Je hebt geïnvesteerd in leadgeneratie en marketing, maar waarom worden niet meer leads klanten?

Deze fixlist is ontworpen om je te helpen de meest voorkomende zwakke plekken in je digitale commerciële proces te identificeren, van het eerste contactmoment tot de uiteindelijke conversie. Het omvat het volledige traject: de juiste leads aantrekken, ze voeden met relevante content en ze op het juiste moment converteren.

Gebruik het als een zelfevaluatie, als instrument om met je marketing- en verkoopteam te bespreken. Bekijk hoe je het nu doet, bespreek de hiaten en stel prioriteiten voor je volgende stappen. Of je nu nieuw bent met digitale leadstrategieën of een volwassen inrichting aan het optimaliseren bent, deze lijst helpt jou tijd besparen, na deze lijst weet je wat de oplossing is.

Als je hulp nodig hebt met de evaluatie, wilt sparren of hulp nodig hebt bij de implementatie van oplossing, wij zijn er voor je.



Fixlist Leadgeneratie

Problemen en oplossingen voor leadgeneratie

Leads genereren kan een uitdaging zijn, vooral als je niet precies weet waar je moet beginnen of wat je moet verbeteren. Hier zijn enkele veelvoorkomende problemen en suggesties om ze aan te pakken:

1. Gebrek aan bekendheid met de ideale foodserviceklant

- *Probleem:* Je kent je ideale klant niet goed genoeg (rol, pijnpunten, context).
- *Oplossing:* Voer marktonderzoek uit om het ideale klantprofiel te definiëren. Gebruik enquêtes, interviews en gegevensanalyse om inzicht te krijgen in hun behoeften en uitdagingen. Dit zal je helpen om gerichtere en effectievere marketingcampagnes te ontwikkelen.

2. Focus op productkenmerken in plaats van voordelen voor de klant

- *Probleem:* Je boodschap richt zich op productkenmerken, niet op de pijnpunten of voordelen voor de klant.
- *Oplossing:* Stem je boodschap af op de behoeften en wensen van je klanten. Richt je op de persona of het klantarchetype. Communiceer hoe jouw product hun leven makkelijker maakt of hun bedrijf helpt groeien, in plaats van alleen de intrinsieke productvoordelen.

3. Uniforme boodschap voor alle kanalen

- *Probleem:* Je gebruikt dezelfde boodschap voor alle kanalen zonder deze aan te passen aan elk platform.
- *Oplossing:* Optimaliseer je inhoud voor elk specifiek kanaal. Wat werkt op LinkedIn werkt niet op Instagram. Pas je toon, stijl en inhoud aan om beter aan te sluiten bij de gebruikers van elk platform.

4. Lage conversie van landingspagina's met leadmagnets

- *Probleem:* Je leadmagnets (downloads, tools) zijn niet waardevol genoeg om contactgegevens te verstrekken.
- *Oplossing:* Creëer inhoud van hoge kwaliteit die echt waarde toevoegt voor je doelgroep. Zorg ervoor dat wat je aanbiedt relevant en nuttig is, zodat potentiële klanten bereid zijn om hun gegevens te delen.



Fixlist Leadgegevens & Profielverrijking

Problemen en oplossingen met leadgegevens en profielen

Het effectief beheren van leadgegevens en -profielen is cruciaal voor succesvolle marketing en verkoop. Hier volgen enkele veelvoorkomende problemen en suggesties om ze aan te pakken:

1. Gebrek aan integratie tussen verschillende gegevensbronnen

- *Probleem:* Je hebt verschillende bronnen van leadgegevens, zoals e-mailmarketingtools, social media, CRM, verkoopgegevens, enz die niet met elkaar zijn geïntegreerd.
- *Oplossing:* Kies een CRM-systeem dat integraties ondersteunt met de tools die je al gebruikt. Dit zal helpen om al je leadgegevens te centraliseren en een uniforme database te creëren. Hierdoor krijg je een completer beeld van je leads en hun interacties met je bedrijf of merk.

2. Beperkte gegevensverzameling

- *Probleem:* Je verzamelt alleen namen en e-mailadressen, zonder verdere segmentatie (bijv. type bedrijf, interesses).
- *Oplossing:* Breid je gegevensverzamelingsproces uit om meer gedetailleerde informatie te verkrijgen, zoals bedrijfstype, functietitel, interesses en gedrag. Dit kan via formulieren, enquêtes, marketing automations flows en interacties op je website.

3. Gebrek aan inzicht in gedrag en interacties van leads

- *Probleem:* Je hebt geen duidelijk inzicht in welke inhoud of aanbiedingen een lead heeft bekeken of op heeft gereageerd, waardoor het moeilijk is om hun interesses effectief te volgen of erop te reageren.
- *Oplossing:* Gebruik tracking, tagging en segmentatie om leads te organiseren op basis van hun gedrag, interesses en andere relevante criteria. Dit maakt het gemakkelijker om gerichte en gepersonaliseerde marketingcampagnes te voeren en verhoogd lead kwaliteit en conversie.



Fixlist Leadnurturing

Leadnurturing problemen en oplossingen

Effectieve leadnurturing is essentieel om potentiële klanten door de sales funnel te leiden. Hier zijn enkele veelvoorkomende problemen en oplossingen om ze aan te pakken:

1. Gebrek aan personalisatie in e-mailcommunicatie

- *Probleem:* Je verstuurt dezelfde e-mails naar alle contactpersonen, zonder personalisatie of gedrag gebaseerde flows.
- *Oplossing:* Segmentering en personaliseren zijn cruciaal. Zorg voor een marketing automation systeem waarmee je e-mails kunt personaliseren op basis van de interesses en het gedrag van je leads. Maak verschillende e-mailflows voor verschillende segmenten om de relevantie te verhogen.

2. Gebrek aan tools om leads te interesseren

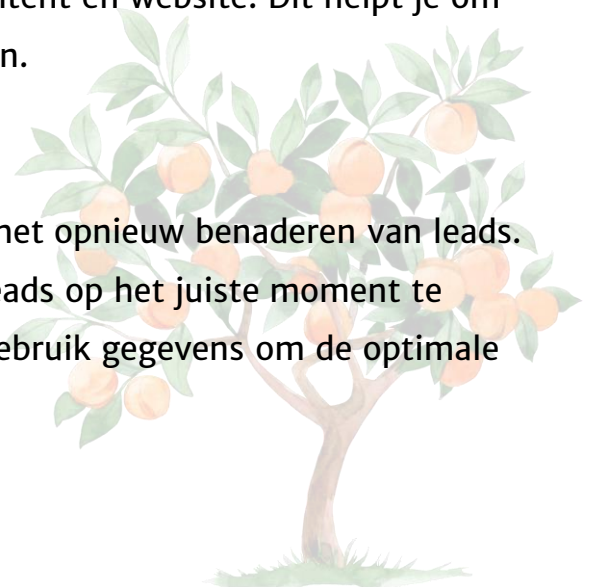
- *Probleem:* Je hebt of gebruikt geen tools zoals receptinspiratie, calculators of training om leads aan je te binden.
- *Oplossing:* Ontwikkel en bied interactieve tools en inhoud aan die waarde toevoegen voor je leads, zoals receptengenerators, ROI-calculators of online training. Dit houdt je leads betrokken en helpt hen de waarde van je producten of diensten in te zien.

3. Gebrek aan geautomatiseerde leadscores

- *Probleem:* Je hebt geen geautomatiseerd scoresysteem voor betrokkenheid in je lead database.
- *Oplossing:* Implementeer een leadscoresysteem dat automatisch de betrokkenheid van leads bijhoudt op basis van hun interacties met je content en website. Dit helpt je om prioriteit te geven aan leads die klaar zijn om te kopen.

4. Suboptimale timing van follow-ups

- *Probleem:* Je wacht te lang (of niet lang genoeg) met het opnieuw benaderen van leads.
- *Oplossing:* Gebruik geautomatiseerde workflows om leads op het juiste moment te benaderen. Test verschillende timingstrategieën en gebruik gegevens om de optimale frequentie en timing voor follow-ups te bepalen.



Fixlist Lead Conversie

Problemen en oplossingen voor leadconversie

Je online leads omzetten naar klanten is een cruciale stap in het proces, immers hier ga je dan eindelijk geld verdienen. Hier zijn enkele veelvoorkomende problemen voor deze fase en oplossingen om ze aan te pakken:

1. Gebrek aan herkenning van digitale koopsignalen

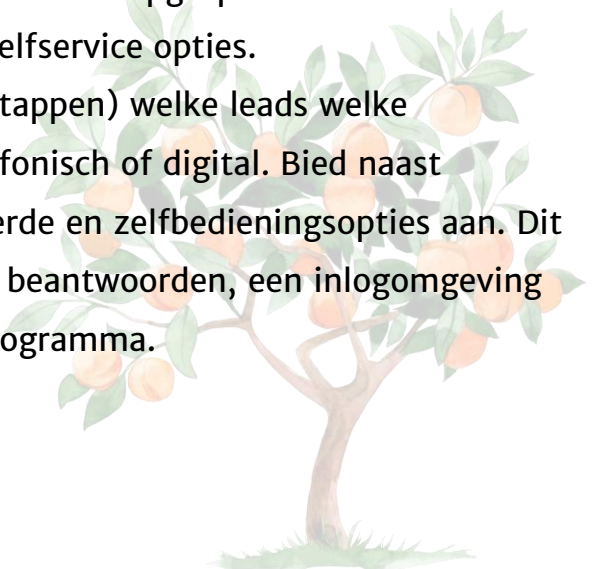
- *Probleem:* Je herkent geen digitale koopsignalen, zoals herhaalde bezoeken, gebruik van tools of het lezen van inhoud aan het einde van de salesfunnel.
- *Oplossing:* Implementeer trackingtools om het gedrag van leads op je website te volgen. Stel waarschuwingen in voor specifieke acties die kunnen duiden op koopbereidheid, zoals het bezoeken van prijs- of productpagina's. Gebruik deze inzichten om tijdig en gericht te reageren.

2. Gebrek aan duidelijke vervolgstappen

- *Probleem:* Er is geen duidelijke volgende stap voor leads, zoals een demo, een testproduct of een link naar een bestelpagina.
- *Oplossing:* Zorg ervoor dat elke interactie met een lead onderin de salesfunnel een duidelijke call-to-action heeft. Dit kan variëren van het aanbieden van een gratis demo tot een link naar een bestelpagina. Maak het leads gemakkelijk om de volgende stap in het koopproces te zetten. Ontwerp voor jezelf een service blueprint zodat iedereen intern ook weet wat de volgende stap is, hoe deze wordt vastgelegd, etc.

3. Te veel afhankelijk van fysieke verkoopsgesprekken

- *Probleem:* Je hebt als conversie mogelijkheid enkel de verkoopsgesprekken van buitendienst, zonder telesales, automatisering of selfservice opties.
- *Oplossing:* Bepaal vooraf (zie hierboven bij vervolgstappen) welke leads welke opvolging in sales kunnen krijgen: persoonlijk, telefonisch of digital. Bied naast traditionele verkoopsgesprekken ook geautomatiseerde en zelfbedieningsopties aan. Dit kan variëren van chatbots die veel gestelde vragen beantwoorden, een inlogomgeving voor promotiemateriaal tot een online loyaliteitsprogramma.



Wil je je Lead Management Proces verbeteren?

Lees meer artikelen over Leadgeneratie en Leadnurturing in
Online Learning Center GROUP7:

[Slimme salesfunnel](#) (een AI-gestuurde trechter van lead naar verkoop)

[Veelgemaakte fouten in Leadgeneratie](#)

[Beurssucces met digitale marketing](#) (Leadgeneratie)

[Waarom kwalificatie van leads een uitdaging is](#)

[Ontwerp een klantreis die je wel waar kunt maken](#)

... of neem contact met ons op voor gericht advies voor je eigen merk of bedrijf!

Carolien Plevier

carolien.plevier@group7.eu

+31 6 10887040



GROUP7
BUREAU VOOR FOOD-COMMERCE