

ICT lead generatie 3.0

**Waarom het genereren van leads
niet meer werkt zoals je gewend was
en wat daarvoor de oplossing is**

**De nieuwe
succesformule**

ICT leadgeneratie 3.0

**Waarom het genereren van leads
niet meer werkt zoals je gewend was
en wat daarvoor de oplossing is**

De nieuwe succesformule

Preview

THEMIEK

Uitgave van THEMIEK / ICT marketingservices, Doorn
Eerste editie, juli 2024

© THEMIEK - Verspreid dit e-boek gerust onder je collega's, maar realiseer je dat alle rechten op de inhoud aan ons toebehoren. Dus geen gedeelten uit de tekst gebruiken zonder bronvermelding, geen gebruik voor commerciële doeleinden en geen gebruik waarvan je kan vermoeden dat het niet helemaal netjes is. Bij twijfel, bel of mail ons.

Hoewel wij de inhoud met zorg hebben samengesteld kunnen er fouten in staan of kunnen onze adviezen in de praktijk een ander effect hebben. Wij aanvaarden daarom geen enkele aansprakelijkheid voor schade die is ontstaan door het vrijwillig gebruiken van deze uitgave. Al stellen wij het wel op prijs als je ons daarover informeert.

Inhoud

Tijd voor een nieuwe succesformule	4
Wat is de uitdaging?	7
Constateringen	
Leadgeneratie wordt lastiger	10
Gewijzigde aankoopprocessen	12
Veranderingen in leadgeneratie	
Leadgeneratie 1.0	17
Leadgeneratie 2.0	20
Leadgeneratie 3.0	24
Merkbare veranderingen	27
Ontwikkelingen	
Einde aan informatieschaarste	31
Stortvloed aan content	34
Nieuwe aankoopprocessen	37
Meer anonimiteit, minder tijd	40
Het nieuwe zoeken	42
Tijd voor een nieuwe strategie	44
Oplossingen	
Account based marketing	48
Next level marketing	52
Jullie nieuwe succesformule	59
Stof tot nadenken	62
Over ons	66

Intro

Tijd voor een nieuwe succesformule

Leuk dat je interesse toont in een onderwerp dat ook wij enorm boeiend vinden: de marketing en sales van ICT producten en diensten in de B2B markt. Eén van de belangrijkste aspecten daarvan is het in contact komen met potentiële klanten. Lead-generatie dus. Al jullie sales aan nieuwe klanten begint ermee. Het heeft dan ook grote invloed op het succes van jullie bedrijf.

De noodzaak om doorlopend over nieuwe, kwalitatief goede leads te kunnen beschikken wordt vooral merkbaar als het genereren daarvan even wat minder gemakkelijk gaat. Sales begint te mopperen dat er te weinig leads zijn of dat de kwaliteit ervan tegenvalt. Marketing doet er alles aan, maar merkt dat er zand in de machine zit. Nieuwe klanten en opdrachten worden minder gemakkelijk binnen gehaald. En als nieuwe projecten bij bestaande klanten de omzet en winst niet op peil houden, heeft het ook zijn weerslag op de resultaten.

Leadgeneratie was voor de meeste ICT bedrijven de afgelopen jaren niet het grootste probleem. Die worstelden vooral met het op tijd kunnen starten en opleveren van projecten. Schaarste aan goede en ervaren ICT'ers zorgde voor stagnatie. De goedgevulde orderportefeuille en het feit dat er meer of grotere projecten kwamen via bestaande relaties, maakte de noodzaak van succesvolle leadgeneratie minder groot. Deze situatie zorgde er ook voor dat veel ICT bedrijven niet in de gaten hadden dat er in

de manier van leadgeneratie ondertussen veel aan het veranderen was. Heel veel zelfs.

Online marketing, leadgeneratie, advertising, de content op je website, leadopvolging en salesprocessen vragen om een nieuwe aanpak.

In dit e-boek lees je over de ontwikkelingen waarvan je de gevolgen ongetwijfeld al ervaart, maar waarop je jullie marketingmethoden wellicht nog niet hebt aangepast. Wij beschrijven wat die ontwikkelingen zijn, waarom ze er zijn en wat deze betekenen voor je marketing en sales. Je leest over veranderingen in de aankoopprocessen van ICT producten en diensten. En over waarom online marketing, leadgeneratie, advertising, de content op je website, leadopvolging en jullie salesprocessen inmiddels allemaal een heel andere aanpak vragen, dan de aanpak die tot voor kort nog voor de meeste ICT bedrijven zo succesvol was.

Om de ontwikkelingen in leadgeneratie te kunnen benoemen introduceren wij het begrip ICT leadgeneratie 3.0, voorafgegaan door leadgeneratie 1.0 en 2.0. Wij leggen uit wat de verschillen zijn en waarom leadgeneratie 2.0, waar veel ICT bedrijven nog steeds gebruik van maken, niet meer werkt. En natuurlijk leggen wij uit waarom de stap naar ICT leadgeneratie 3.0 noodzakelijk is en wat je daarvoor moet doen om daar een succes van te maken.

Wij noemen de oplossingen en de nieuwe keuzes die je kunt maken om je marketing en sales succesvol en toekomstbestendig te maken. Hopelijk draagt dit bij aan het ontwikkelen van een succesvolle marketingstrategie, zet het aan tot een interne discussie over de beste aanpak van jullie marketing en sales of bevestigt het de koers waarvoor jullie al gekozen hebben.

Zet nu de juiste stappen om straks commercieel het beste uit jullie ICT bedrijf te halen.

Ons doel is dat jullie commercieel het maximale uit jullie activiteiten kunnen halen en dat goede, slimme en moderne marketingmethoden daarvoor de basis vormen.

Als onze ICT marketingservices je daarbij van pas komen (waarschijnlijk wel!), dan staan wij klaar om je daarmee met alle plezier te helpen!

Intro

Wat is de uitdaging?

Het eenvoudige antwoord op die vraag is: je wilt een succesvol bedrijf, leuke klanten en mooie opdrachten. Het ingewikkelde antwoord bestaat uit dat wat je moet doen om dit voor elkaar te krijgen. Nieuwe klanten en interessante projecten komen immers niet aanwaaien.

Tot kort geleden was het niet zo heel erg moeilijk om leads te genereren en je business te laten groeien of op peil te houden. Met de inzet van content marketing bracht je, met hulp van Google en social media, al snel veel potentiële klanten in de verleiding zich bij je bekend te maken. Met de juiste opvolging kon je zo aan heel wat nieuwe klanten komen.

Dit principe werkt inmiddels niet meer zo voorspoedig als een paar jaar geleden. Bij sommige ICT bedrijven die wij spreken is hun leadgeneratie zelfs helemaal stilgevallen, omdat zij volledig afhankelijk waren van SEO. Google draait dat, onder invloed van AI, langzaam maar zeker de nek om.

Daarnaast wordt de informatiefunctie van Google al grotendeels overgenomen door ChatGPT en vergelijkbare AI tools. En hebben LinkedIn, andere social media en vooral de gebruikers daarvan, steeds meer last van een informatie-overload en een toenemend aanbod van minder serieuze content.

Het is aan alle kanten merkbaar, dat als je blijft werken zoals je dat de afgelopen jaren deed, dit je steeds minder leads en

nieuwe business gaat opleveren. De verklaringen daarvoor geven wij je later, maar dit is de situatie. Vraag je dus vooral af hoe je de komende jaren leads gaat genereren.

Vraag je dus vooral af hoe je de komende jaren leads gaat genereren.

Vast staat dat jullie website een nóg belangrijkere rol krijgt dan die al had. Een cruciale rol zelfs. Op je website zal je met een goed ontworpen funnel jullie nieuwe klanten in kaart moeten brengen. Maar waar begint dit mee? Inderdaad, met ervoor te zorgen dat jullie doelgroep jullie website weet te vinden.

Het vergroten van je naamsbekendheid, vindbaar zijn op plekken waar potentiële klanten je zoeken (of waar ze überhaupt komen), zorgen dat ze je website bezoeken en een doordachte strategie om ze daar vervolgens te leren kennen, worden de belangrijkste doelen van ieder ICT bedrijf.

Uitdagingen genoeg om dat voor elkaar te krijgen!

Jullie succesformule

Voor de succesvolste marketing en sales zal je zeven maatregelen moeten nemen. Daar ontbreekt nu nog de context bij, maar na het lezen van dit e-boek zal je duidelijk zijn waarom deze acties enorm bepalend kunnen worden voor jullie toekomstige manier van leadgeneratie. Dit zijn ze:

- 1. Neem afscheid van leadgeneratiemethoden die niet meer werken. Besteed je tijd en geld effectiever.**
- 2. Word zelfvoorzienend en onafhankelijk van externe leadgeneratoren. De beste leads genereer je zelf.**
- 3. Bepaal je strategie: account based marketing of next level marketing. Dit bepaalt alles.**
- 4. Werk aan de vindbaarheid van jullie website en vergeet SEO. Zorg dat je altijd aanwezig bent op plekken waar je doelgroep komt en zoekt.**
- 5. Werk aan jullie naamsbekendheid, zodat je top of mind bent als potentiële klanten hun project starten.**
- 6. Adverteer online via media die je doelgroep bereiken. Gebruik slimme concepten die geld besparen en meer effect hebben.**
- 7. Werk aan de kwaliteit van jullie website, want daar gebeurt het!**

Lees verder

Einde van de preview

Hier eindigt de preview, maar gaat het complete boek uiteraard verder.

Ben je geïnteresseerd?

[Download het complete e-boek dan hier.](#)

Actie

ICT marketingservices

Heb je behoefte aan een betere vindbaarheid, meer bekendheid, meer traffic naar jullie website, meer leads of goede ideeën? Bezoek [ICTmarketingservices.nl](https://www.ictmarketingservices.nl) en ontdek de mogelijkheden.

<https://www.ictmarketingservices.nl/>

THEMIEK / ICT marketingservices

Dorpsstraat 73-A

3941 JL Doorn

030 227 21 22

sales@themiek.nl

ICTmarketingservices.nl