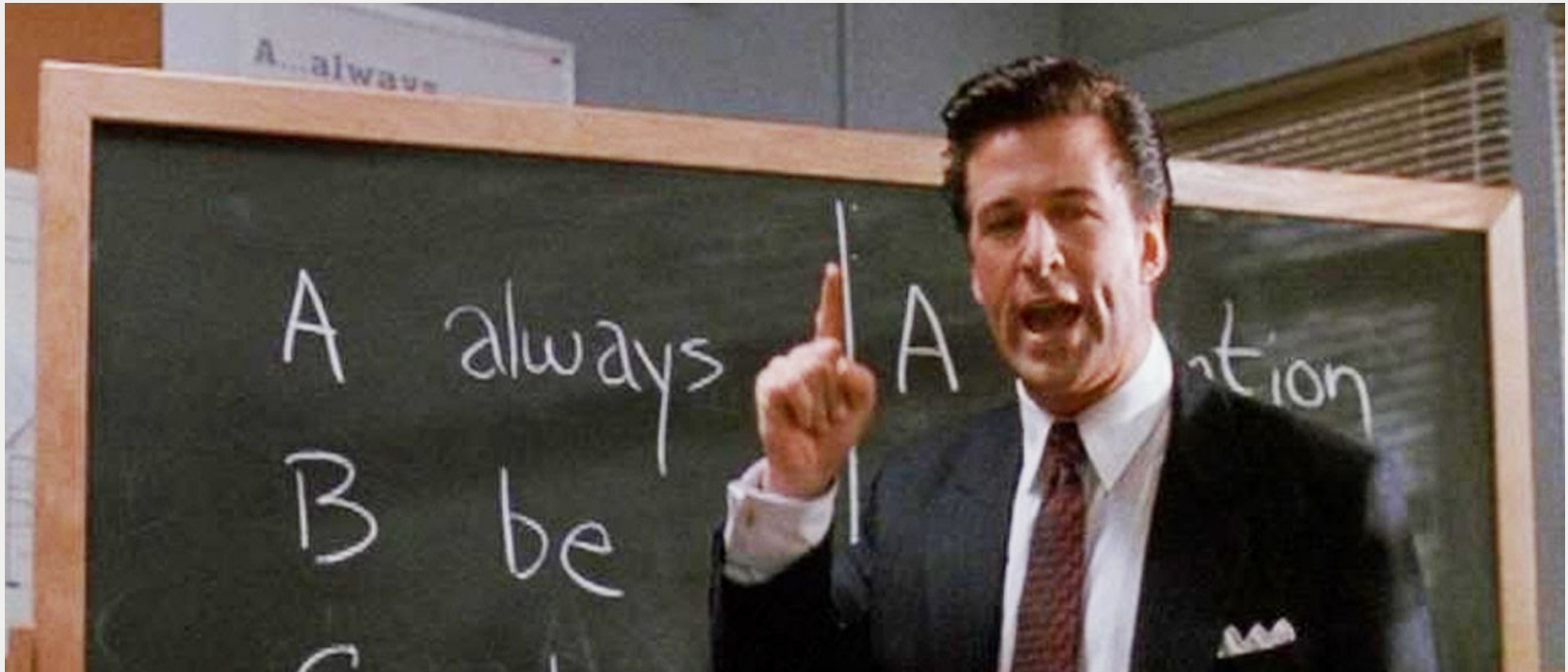


B2B marketing & sales

*Hoe kom je tot betere businessgroei
in het tijdperk van AI en ChatGPT?*

Groei in B2B: een ABC'tje?



Succes in B2B is al lang niet meer een zaak van vragen om de handtekening.
De klant eist een heel andere aanpak in dit digitale, duurzame tijdperk.
Zijn jullie daar al klaar voor?

B2B klanten: top frustraties



B2B Buyers' Biggest Frustrations With Vendors

based on a survey of 1,220 respondents across 10 countries responsible for buying products and services for their organizations



Herkenbaar? Die '*pushy*' salesmensen werken bij de concurrent, nietwaar?

RIP Sales?

A photograph of a person's feet, with the left foot wearing a white tag that has the word 'ACCOUNTMANAGER' printed on it. The tag is tied to the foot with a white string. The background is dark and out of focus.

ACCOUNTMANAGER

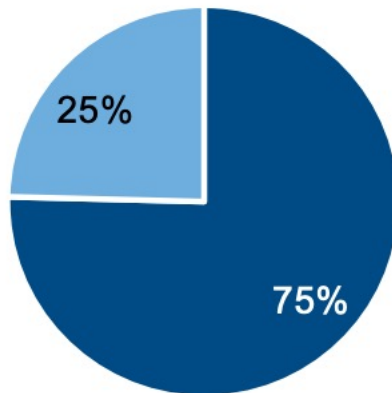
B2B Accountmanagers moeten zich opnieuw uitvinden:
klanten en prospects zijn veel beter geïnformeerd,
AI zorgt voor concurrentie door sales bots & BDRs.

B2B sales verandert rap

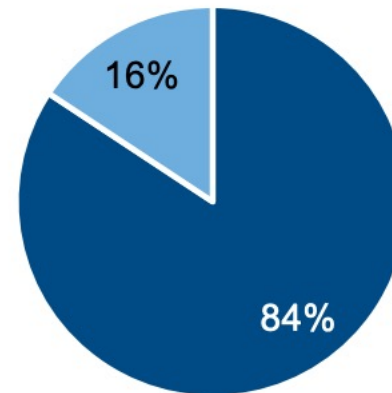
75% of B2B Buyers and 84% of C-Level/VP Executives Surveyed Use Social Media to Make Purchasing Decisions

Q. *Have you ever used social media, such as LinkedIn, Twitter, Facebook, or online professional communities, to assist in any way with your company purchasing decisions?*

Entire Sample



C-Level/VP Executives



■ Yes
■ No

n = 760

Source: IDC's Social Buying Study

Sales & AI: man vs machine



AI biedt een kans, ook in klantinteractie. De menselijke factor maakt in *high involvement* koopprocessen het verschil.

Sales 1.0

A still from the movie Inception featuring Leonardo DiCaprio. He is wearing a dark blue pinstripe suit and a red tie, sitting at a desk in an office. He is holding a roll of US dollar bills in his hands, looking directly at the camera with a slight, knowing smile. In the background, there is a framed picture of a sailboat on the wall and a black statue of a panther on the desk to the left.

We verkopen je alles
zolang dat ons wat oplevert

Sales 2.0



We tonen je exact waarom, wanneer
en hoe je hier wat aan hebt

Beter 1 warme kop koffie*...



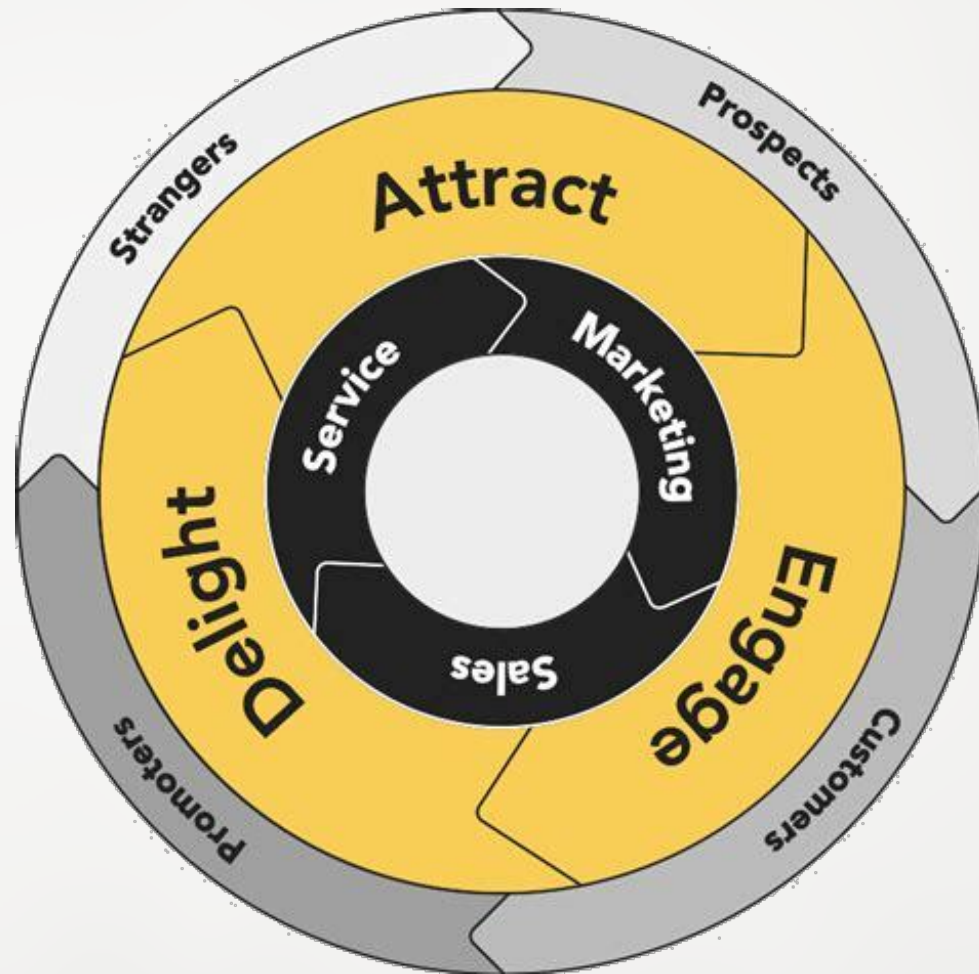
**..dan 10 bekers koffie drinken
met koude prospects**

*** slimmer sales dus, niet harder duwen**

Moderne B2B Sales: inbound



Sales, Marketing & Service...



HubSpot flywheel

Inbound: pull ipv push



Inbound B2B marketing, sales & serviceteams baseren hun volledige **contactstrategie op de klant** en niet op de verkoper. Zij zorgen ook voor een **persoonlijke klantervaring** in de hele klantreis

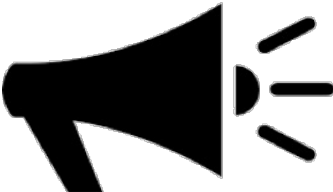
Stap #1: Identificeren

INBOUND SALES: 4 STAPPEN	SALES 1.0 	SALES 2.0 
STAP 1: IDENTIFICEREN	Salesteams 1.0 hebben geen idee welke klanten actief zijn in een koopreis en identificeren partijen waarvan ze het donkerbruin vermoeden hebben dat ze een goede fit zijn met hun eigen aanbod waarop ze in willekeurige volgorde deze mogelijke klanten bellen.	Salesteams 2.0 prioriteren mogelijke klanten die aantoonbaar meer actief zijn in hun klantreis waarbij ze alle mogelijke aanwijzingen benutten om vast te stellen wie baat heeft om verder te helpen.

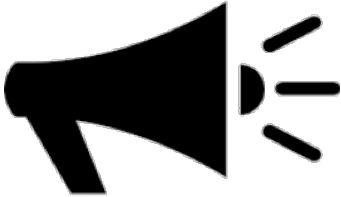
Stap #2: Connectie leggen

INBOUND SALES: 4 STAPPEN	SALES 1.0 	SALES 2.0 
STAP 2: CONNECTEREN	Salesteams 1.0 leggen alle nadruk op koude belletjes en koude emails bij het benaderen van prospects, met daarin dezelfde generieke elevator pitch waarbij ze de prospect proberen te verleiden tot het zien van een presentatie.	Salesteams 2.0 leggen vanaf het begin de nadruk op een zeer persoonlijke boodschap die aansluit bij de context van de prospect. Zij bouwen vertrouwen op bij prospects door een werkelijke interesse te tonen om te helpen.

Stap #3: Verkennen

INBOUND SALES: 4 STAPPEN	SALES 1.0 	SALES 2.0 
STAP 3: VERKENNEN	Salesteams 1.0 gaan meteen in presentatie modus zodra ze merken dat een klant interesse toont en leveren vervolgens een generieke presentatie met informatie waar klanten al toegang toe hebben.	Salesteams 2.0 gaan in verkenningsmodus wanneer ze vaststellen dat de klant echte interesse heeft. Via een gelijkwaardige dialoog ontdekken ze de feitelijke doelstellingen en behoeften van de klant en weten zo het vertrouwen verder op te bouwen.

Stap #4: Adviseren

INBOUND SALES: 4 STAPPEN	SALES 1.0 	SALES 2.0 
STAP 4: ADVISEREN	Salesteams 1.0 leveren dezelfde presentatie, demo en case studies en gaan op de automatische piloot als het dezelfde verhaal of dezelfde pitch afdraaien voor alle potentiële klanten.	Salesteams 2.0 maken hun presentatie op maat waarbij ze de informatie opgedaan tijdens de vorige 3 stappen op een relevante manier inzetten.



**KEEP
CALM
AND
SAVE THE
SALES**

Kennismaken?

dutchmarq.nl/contact

+31 34 34 209 31

dutchmarq
new sales & marketing. proven in B2B