

VOORBIJ DE HYPE:
AI IN MARKETING & SALES:
VAN STRATEGIE NAAR
COMMERCIEEL SUCCES

Stappenplan, quick wins
en slimme prompts
voor tastbaar resultaat

**SALES
IMPROVEMENT
GROUP**

GEDREVEN DOOR RESULTAAT



Inhoudsopgave



Voorwoord	3
H1 AI in sales, prompting & beyond	4
H2 De next level salesfunnel als fundament voor succes	10
H3 AI toepassen in de next level salesfunnel	11
H4 Datafundament als kritische succesfactor	18
H5 Aan de slag	20
H6 Uitnodiging	23

Voorwoord



AI is inmiddels overal. Misschien ben je er zelfs al moe van. Je hoort het in elk webinar, op ieder congres, in LinkedIn-updates en tijdens vergaderingen. Vaak hoor je herhalingen van wat je allang weet. Of zie je veelbelovende AI-tools die je niet mag gebruiken vanwege compliance en security. Handige AI add-ons? Die werken net niet samen met de systemen binnen jouw organisatie. En die standaard prompts? Die had je zelf ook kunnen bedenken.

Ondertussen is AI al een praktisch onderdeel van je salesorganisatie. E-mails en LinkedIn-posts worden met ChatGPT gegenereerd. Perplexity helpt bij brainstormen over pitches en gespreksscripts. Gespreksverslagen? Die rollen automatisch uit Fireflies. Efficiënt en tijdbesparend. Maar ze worden nu vaak nog lukraak ingezet, zonder solide fundament.

AI is niet nieuw. Maar dit is wel hét moment om de volgende stap te zetten. De stap naar een relevante AI-gedreven

salesorganisatie, waarin marketing en sales optimaal samenwerken aan versneld verkoop succes. De strategische beslissing te nemen om alle medewerkers doelgericht te empoweren met AI, zodat ze beter worden dan ooit.

Met dit whitepaper leg je het fundament voor versnelde groei en beter voorspelbare salesresultaten. Je krijgt concrete toepassingen en een helder stappenplan om AI duurzaam te integreren in je sales- en marketingprocessen. Met de strategische diepgang en de praktische vertaling die je van Sales Improvement Group mag verwachten.

Wil je serieus aan de slag? Wij staan altijd klaar om samen met jou de volgende stap te zetten.

Aynsley Romijnsen en Michel van Hesse
Directie Sales Improvement Group

H1 AI in sales, prompting & beyond



Ondanks alle gesprekken over AI is het gros van de mensen in Nederland vooral nog aan het experimenteren met ChatGPT. Stap voor stap leren we tekst, beeld en code te genereren die niet van mensenwerk te onderscheiden zijn. Met iedere prompt wordt de kwaliteit beter. En de tijdswinst is indrukwekkend. Door het zelflerend vermogen van AI wordt de winst steeds groter.

Wat mag je van AI in sales verwachten?

- 1 Sneller en beter:** verkopers en marketeers besteden minder tijd aan repetitieve taken. Ondersteund door AI werken ze preciezer en hebben ze meer tijd voor strategisch nadenken en waardevol klantcontact. Nieuwe mensen worden met AI-ondersteuning sneller ingewerkt, omdat ze direct de 'collectieve kennis' van je best presterende verkopers ter beschikking hebben;
- 2 Nauwkeuriger:** met gebruik van AI verklein je de kans op menselijke fouten, bijvoorbeeld bij dataverwerking, forecasts en prijsopgaven;
- 3 Persoonlijker:** Door slimme segmentatie en generatieve teksten voelt elke klant zich persoonlijk benaderd, wat loyaliteit vergroot;

- 4 Visueler:** AI kan data en patronen omzetten in grafieken en heatmaps, waardoor het begrijpelijker wordt en vervolgstappen makkelijker te plannen zijn;
- 5 Gerichter trainen:** AI biedt inzicht in prestaties, waardoor je marketeers en verkopers doelgericht kunt trainen en coachen;
- 6 Risicobeperking:** AI detecteert patronen en veranderingen, waardoor je er sneller op kan inspelen.

Enthousiasme wordt afgewisseld met weerstand of zorgen. Over veiligheid, of over wat mensen nog toe te voegen hebben. Maar één ding is zeker: de kurk gaat niet meer terug in de fles. AI-assistentie voor onze medewerkers is een gegeven. Aan ons als consultants en directeuren de taak om dit in juiste banen te leiden en daadwerkelijk de strategie te laten ondersteunen.

Over de mogelijkheden van ChatGPT en Copilot wordt al veel geschreven. En er is zeker hiermee voor veel organisaties ook nog veel te winnen. In een apart kader geven we tips voor handige prompts die lang nog niet bij iedereen structureel worden gebruikt. Verder kijken we in deze whitepaper vooral naar de volgende stappen die je kan zetten in AI-gedreven succes.

Handige AI-prompts die je op weg kunnen helpen om diverse sales & marketingtaken makkelijker of beter te maken:

Leadgeneratie prompts

- **Gepersonaliseerde outreach:** Maak een gepersonaliseerde e-mail in onze tone of voice [link naar website of voorbeeldtekst] naar [naam prospect], waarin je ons [product/dienst] introduceert en de top 3 voordelen ervan benadrukt. Gebruik waar mogelijk de principes van Cialdini.
- **Follow-up bij geen reactie:** Schrijf een vervolgbericht in onze tone of voice [link naar website of voorbeeldtekst] voor prospects die interesse hebben getoond in ons product [product/dienst], maar nog niet gereageerd hebben op onze eerdere pogingen tot contact. Dit waren de eerdere e-mails [bestaande e-mails].
- **Personalisatie op schaal:** Herschrijf deze e-mail [bestaande tekst] naar 4 versies, om aan te sluiten op de 4 DISC-profielen (rode, groene, gele en blauwe mensen).
- **Industriegericht bericht:** Maak een outreach-bericht in onze tone of voice [link naar website of voorbeeldtekst] voor professionals uit de [industrie/verticale] sector, gericht op een gemeenschappelijke uitdaging en hoe ons product daarbij kan helpen.
- **A/B-test onderwerpregels:** Maak 10 varianten van deze onderwerpregel [huidige onderwerpregel] voor koude e-mails om de huidige open rates te verhogen.
- **Landingspagina content:** Schrijf voor een A/B-test 2 versies van boeiende content voor een landingspagina over [product x]

met een duidelijke call-to-action om bezoekers om te zetten in leads. Gebruik principes van Cialdini.

- **Follow-up na webinar:** Genereer een vervolg-e-mail voor leads die onze recente webinar [webinartitel] hebben bijgewoond, met een bedankje, aanvullende bronnen en bezoek van de volgende landingspagina [landingspagina x].

Social selling prompts

- **LinkedIn-berichten:** Maak twee versies van een LinkedIn-bericht in onze tone of voice [link naar website of voorbeeldtekst] voor [doelgroep], gericht op het delen van 3 waardevolle inzichten over [onderwerp].
- **Concurrentieanalyse:** Speur social media en forums af naar gesprekken over concurrenten. Wat zeggen klanten? Wat kan ons antwoord daarop zijn?
- **Trendspotting:** Identificeer opkomende trends in [industrie] en stel een bericht op om bedrijven te benaderen die op basis van deze trends baat kunnen hebben bij [product/dienst]. Voeg LinkedIn-profielen bij van functies binnen die bedrijven waarmee we contact kunnen opnemen.
- **Data-analyse:** Analyseer klantgegevens en aankoopgeschiedenis om patronen te ontdekken en potentiële leads binnen soortgelijke bedrijven of sectoren te identificeren. Voeg LinkedIn-profielen bij van functies binnen die bedrijven waarmee we contact kunnen opnemen.

Verkoop prompts

- **Verkoopscript:** Genereer een verkoopscript om ons [product/dienst] te introduceren bij een prospect die [specifiek pijnpunt] ervaart.

- **Bezwaren pareren:** Maak een script om het bezwaar aan te pakken dat ons [product/dienst] te duur is, met nadruk op de waarde en ROI.
- **Prijsinformatie:** Genereer een professionele reactie voor een klant die vraagt naar onze productprijzen en functies.
- **Technische support:** Stel een bericht op om een klant te helpen met het oplossen van een technisch probleem.
- **Retourbeleid:** Bied een duidelijke en empathische reactie voor klanten met vragen over ons retourbeleid en -proces.

Upselling & cross-selling prompts

- **Feedback e-mail:** Maak een gepersonaliseerde follow-up e-mail voor klanten die onlangs een aankoop hebben gedaan, waarin je om feedback vraagt en extra ondersteuning biedt.
- **Upselling:** Identificeer upselling-mogelijkheden voor klanten die onlangs [Product/Service] hebben gekocht. Welke aanvullende producten of upgrades kunnen we aanbieden?
- **Cross-selling:** Stel cross-selling mogelijkheden voor aan klanten die [Product A] hebben gekocht. Welke andere producten of diensten passen hierbij?
- **Gepersonaliseerde aanbevelingen:** Beveel op basis van de aankoopgeschiedenis en voorkeuren van de klant aanvullende producten aan waarin zij mogelijk geïnteresseerd zijn.

Training & onderhandeling prompts

- **Bezwaartraining:** Maak een trainingsmodule over technieken voor het omgaan met bezwaren, zoals prijs, concurrentie of productkenmerken.

- **Verkooppresentaties:** Genereer een simulatiescenario voor het oefenen van effectieve verkooppresentaties voor potentiële klanten.
- **Rollenspel onderhandelingen:** Maak een rollenspel om onderhandelingsvaardigheden en afsluittechnieken onder de knie te krijgen.
- **Rollenspel scenario:** Speel een [titel] in [branche] die twijfelt over de kosten van [product/service]. Oefen een gesprek over de waarde en voordelen ervan.

Feedback & optimalisatie prompts

- **Feedback e-mail:** Maak een gepersonaliseerde follow-up e-mail voor klanten die onlangs een aankoop hebben gedaan, waarin je om feedback vraagt en extra ondersteuning biedt.
- **Klantfeedback analyseren:** Analyseer de reacties op bijgevoegde klanten-enquêtes om gemeenschappelijke thema's en verbeterpunten voor ons product of service te identificeren.
- **Sentimentanalyse:** Schraap online reviews van e-commerceplatforms en analyseer sentimenttrends in de tijd. Zijn er terugkerende klachten of complimenten?
- **Social listening:** Haal feedback uit social media vermeldingen over ons merk of producten. Wat zeggen klanten en hoe kunnen we hun zorgen aanpakken?

What's next?

De volgende golf van AI-innovaties zal sales- en marketingprocessen nog diepgaander transformeren. We kijken bijvoorbeeld uit naar:

- **Real-time personalisatie die verder gaat dan dynamische e-mails;** omnichannel campagnes worden volledig op maat samengesteld, met content die zich real-time aanpast aan het gedrag van de ontvanger;
- **Real-time vertalingen:** Sales kan (live) gesprekken voeren in andere talen met simultaan AI-tolk;
- **Volledig geautomatiseerde taken:** Complexe processen, zoals contractonderhandeling of prijscalculatie, worden zelfstandig door AI uitgevoerd, met alleen nog final checks door verkopers;
- **'Autonome agents'** ook wel Sales Development Representatives (SDR's genoemd), die in het salesproces zelfstandig onderhandelingen voeren en complexe offertes samenstellen. Ze monitoren het hele klantproces en acteren proactief op kansen voor upselling en cross-selling;
- **AI-avatar video's:** Sales kan van zichzelf video's genereren waarin op hen gebaseerde AI-avatars producten toelichten en demonstreren;
- **Virtuele influencers:** AI kan op basis van data virtuele influencers creëren die online autonoom een relatie opbouwen met leads en prospects. Als klanten warm genoeg zijn kan de influencer zelfstandig verkopen of een verkoper inschakelen;
- **Neuro-AI:** Door AI te combineren met neuro-marketing kunnen we inzicht krijgen in de onbewuste reacties van consumenten en met emotioneel-adaptieve content optimaal inspelen op de behoeften van leads en klanten;
- **Dynamisch productontwerp:** AI-systemen kunnen enorme hoeveelheden marktgegevens, consumententrends en zelfs wereldwijde sociaaleconomische indicatoren analyseren om mogelijke gaten in de markt of opkomende behoeften te

identificeren. Dit kan leiden tot de ontwikkeling van producten die tegemoetkomen aan toekomstige behoeften en niet alleen aan de huidige;

- **Dynamisch productontwerp:** Voorspellende AI kan op basis van trends en data conceptproducten en -diensten bedenken voor toekomstige klanten.

What's not?

Er leven nogal wat misvattingen over AI. Dit zijn onze antwoorden op vragen en stellingen die regelmatig voorbijkomen:

- **Gaat AI mijn sales & marketing medewerkers vervangen?** AI is bedoeld als ondersteuning, niet als vervanging. Het neemt repetitieve taken over en zorgt voor diepgaandere inzichten. Verkopers en marketeers kunnen zich daardoor richten op waardevoller klantcontact.
- **Ik loop al achter, kan ik meteen starten?** Rubbish in, is rubbish out. Als je met AI wil versnellen, heb je een goed datafundament nodig. Start met het opschonen van data en databronnen. Alleen dan gaat AI het gewenste resultaat opleveren.
- **Ik ben MKB-er, AI is voor mij niet haalbaar.** Ook mkb-bedrijven kunnen profiteren van AI, bijvoorbeeld via schaalbare SaaS-oplossingen die relatief eenvoudig zijn te integreren.
- **Ik werk al met ChatGPT.** AI in sales is meer dan ChatGPT. ChatGPT is zeker van waarde in creatie van tekst, beeld en code. Maar leadscoring, sentimentanalyse of proactieve AI kunnen specifieke stappen van de next level salesfunnel boosten. Vermoedelijk is daar voor jouw organisatie nog veel meer winst te behalen.

AI als versneller van commercieel succes

AI is geen doel op zich, maar een katalysator voor commercieel succes — mits gekoppeld aan een doordachte strategie. Data en AI transformeren salesorganisaties fundamenteel. AI in sales draait om het toepassen van geavanceerde algoritmes en modellen die je helpen bij het voorspellen van klantgedrag, het personaliseren van je aanbod en het automatiseren van repetitieve taken. Het ultieme doel is om verkopers te ondersteunen en te versterken, niet om hen te vervangen. De grootste verandering? We bewegen van intuïtief handelen naar datagedreven sturing op elke stap in het commerciële proces.

Van 'gut feeling' naar datagedreven sales

Waar commerciële teams voorheen vertrouwden op ervaring en fingerspitzengefühl, biedt AI nu de mogelijkheid om beslissingen te baseren op harde data en patronen uit grote datasets. Dit leidt tot structureel betere resultaten:

- AI voorspelt op basis van historische data en klantinteracties welke leads de hoogste conversiekans hebben.
- Real-time analyse van klantgesprekken en e-mails maakt het mogelijk vroegtijdig signalen van twijfel of ontevredenheid te herkennen en hier direct op in te spelen.
- AI optimaliseert prijzen, offertes en salespitches aan de hand van actuele marktinformatie en historische dealdata.

Hybride samenwerking tussen mens en machine

AI vervangt de salesprofessional niet, maar fungeert als copiloot. De verkoper blijft cruciaal voor het bouwen van relaties, het doorgronden van klantbehoeften en het sluiten van complexe deals. AI neemt vooral repetitief en data-intensief werk over, zoals het analyseren van klantinteracties of het genereren van gepersonaliseerde communicatie.

Opschaling & personalisatie

Moderne generatieve AI-modellen (zoals GPT-4 en andere Large Language Models) maken het mogelijk om op grote schaal gepersonaliseerde content te creëren. Waar handmatige personalisatie voorheen tijdrovend was, stelt AI organisaties in staat snel en effectief klantgerichte communicatie uit te rollen — zonder concessies aan kwaliteit.

De synergie tussen data, AI en menselijke expertise tilt sales naar een hoger niveau. AI versnelt processen, verhoogt conversiepercentages en verlaagt kosten. Maar bovenal stelt het commerciële leiders in staat om voorspelbare, schaalbare groei te realiseren.

Is ChatGPT wel veilig?

Soms horen we dat ChatGPT binnen organisaties niet mag worden gebruikt vanwege zorgen over dataveiligheid. Dit is een belangrijk aandachtspunt, waarbij de volgende drie overwegingen relevant zijn:



1 Beheer van data-instellingen

Bij een betaald Teams- of Enterprise-account kun je het delen van data uitschakelen, waardoor deze niet wordt gebruikt voor trainingsdoeleinden. Door het juiste abonnement te kiezen, instellingen zorgvuldig te beheren en bewust om te gaan met gedeelde informatie, is veilig gebruik van ChatGPT mogelijk.

2 Opslag en verwerking binnen de EU

OpenAI biedt de optie om data binnen Europa op te slaan, een belangrijke stap voor privacy en naleving van regelgeving. API-gebruikers kunnen kiezen voor Europese dataverwerking zonder dat hun gegevens worden bewaard. Nieuwe ChatGPT Enterprise- en Edu-gebruikers kunnen hun klantdata, inclusief prompts, gesprekken, bestanden en aangepaste GPT's, in Europa laten opslaan.

3 Onvermijdelijk gebruik door medewerkers

Een verbod op ChatGPT binnen de organisatie betekent niet dat medewerkers het niet gebruiken. Vaak doen ze dat dan thuis of via een VPN, zonder inzicht in privacy-instellingen. Daarom is het trainen van medewerkers in verantwoord en veilig gebruik van ChatGPT essentieel.

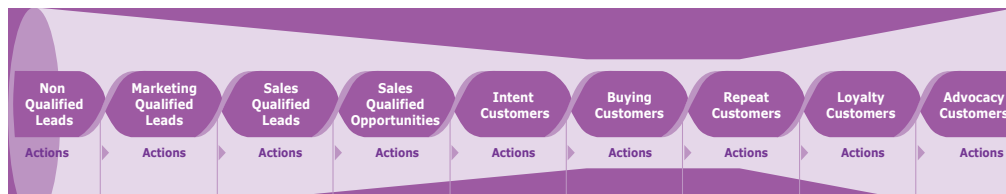
H2 De next level salesfunnel als fundament voor succes



AI is een versneller, een gamechanger. Het versnelt de strategie en tactieken die je al hebt. De strategische en tactische basis moet dus op orde zijn, voordat AI z'n 'magic' voor je kan doen.

Succes met AI begint met een heldere strategie en een bijpassende tactiek. Die baseren wij op de next level salesfunnel, waarin sales en marketing zijn geïntegreerd. Deze uitgebreide, geïntegreerde salesfunnel maakt stap voor stap inzichtelijk welke elementen bijdragen aan het verkoopsucces.

De next level salesfunnel heeft veel meer detail dan veel bedrijven gewend zijn, om beter aan te sluiten bij het gedrag en de overtuiging van de prospects en klanten. We onderkennen maar liefst 9 stappen in de funnel van non-qualified lead (NQL) tot advocacy customer.



De next level salesfunnel

Het model stelt je in staat om de inspanningen van marketeers, salesmanagers, accountmanagers en support te monitoren, te sturen en de omzet te voorspellen. Het model toont de samenhang en status van alle marketing en salesactiviteiten, zoals:

- De marketing & sales strategie
- Welke verschillende fases er in het verkoopproces zijn
- De fase waarin leads en prospects zich bevinden
- Welke activiteiten per fase succesvol zijn en welke niet
- De kosten en baten van salescampagnes en inspanningen
- De problemen in het verkoopproces en wat verbeterpunten zijn
- De gewenste verkoopinspanning
- Het uiteindelijke verkoopsucces
- Voorspelbaarheid voor de gehele interne organisatie
- Doorlooptijden en resultaten

Door je sales & marketingorganisatie hierop in te richten, werkt alles naadloos samen.

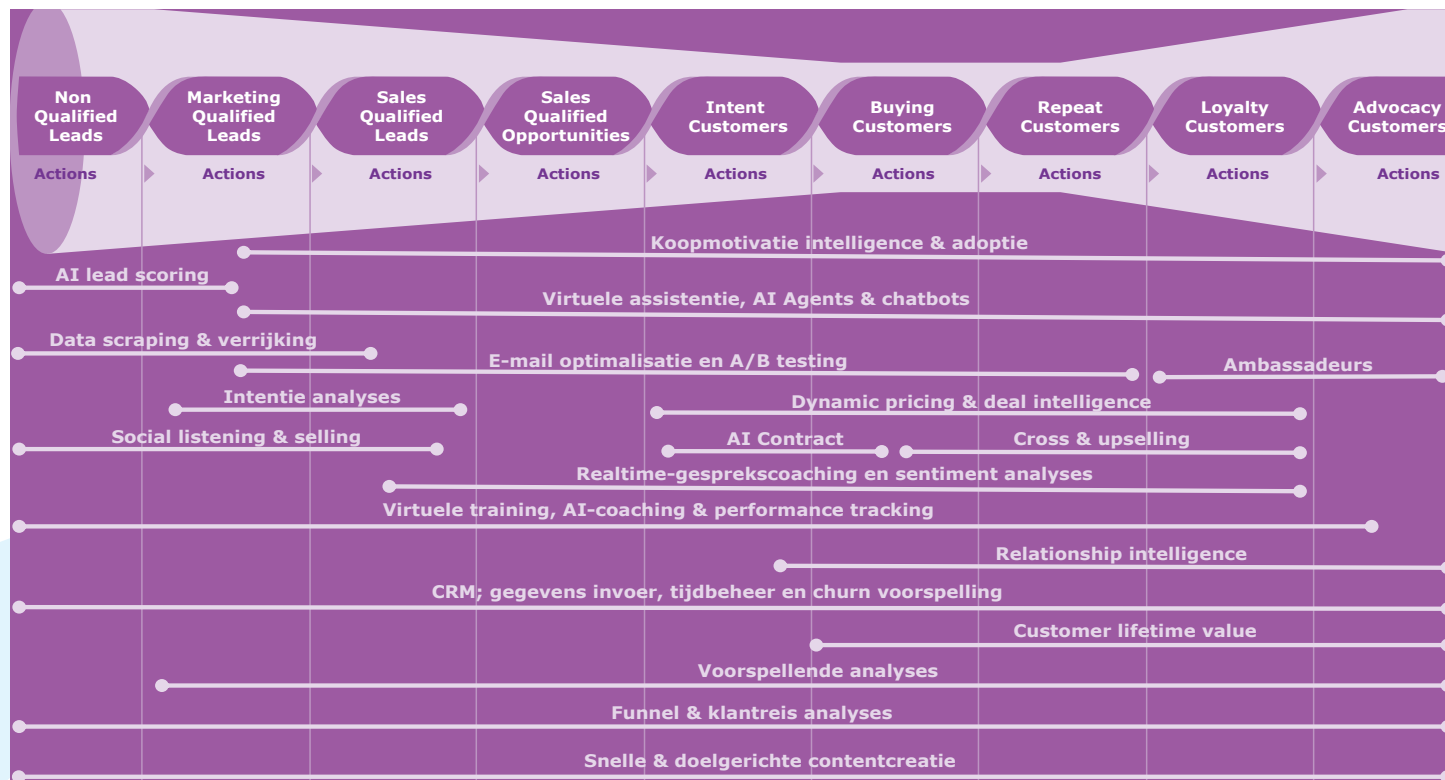
Vanuit die positie start je met het strategisch toevoegen van slimme AI-toepassingen in alle of specifieke delen van de funnel.



H3 AI toepassen in de next level salesfunnel

Op de gedetailleerde next level salesfunnel, plotten we de functies die AI kan bijdragen in het versnellen van commercieel succes. Sommige AI-toepassingen (zoals generatieve AI en voorspellende AI) dragen bij in iedere

stap van de funnel. Andere AI-functies passen bij een specifieke stap in de funnel. We duiken eerst in de AI-functies per stap in de funnel, daarna kijken we naar hoe we de juiste AI-toepassingen kiezen om mee te starten.



De rol van AI in de next level salesfunnel

1 De inzet en doelen van AI per stap in de funnel

Non qualified leads

AI lead scoring

Een voorspellend AI-model kan helpen om leads te beoordelen. Op basis van gegevens zoals bedrijfsprofiel en online gedrag (bijvoorbeeld downloads of bezochte pagina's) krijgt elke lead een score. Hierdoor kunnen je sales- en marketingteams direct focussen op de meest kansrijke contacten, zonder handmatig lijsten uit te pluizen. Tools die je hiervoor kan gebruiken:

- AI-ondersteund CRM naar keuze (HubSpot, Salesforce, Zendesk, enz.)
- Exceed.ai
- Conversica
- LeadCrunch

Data scraping & verrijking

AI kan automatisch gegevens verzamelen van platforms zoals LinkedIn. Ze halen niet alleen namen en functies op, maar voegen ook informatie toe over de sector, het senioriteitsniveau en contactgegevens. Zo ontstaat snel een goed beeld van potentiële leads. Tools die je hiervoor kan gebruiken zijn: PhantomBuster en LeadIQ.

Marketing qualified leads

Social listening & selling

AI-tools zoals Gemini kunnen voor jou analyseren met welke onderwerpen, vragen en zorgen jouw doelgroep bezig is. Die inzichten kan je gebruiken om marketingcontent te maken die beter aansluit, of gerichte productontwikkelingen door te voeren.

Zo sluit je beter aan op je doelgroep zonder ingewikkeld marktonderzoek. Laat ChatGPT bijvoorbeeld Trustpilot- of LinkedIn-commentaren analyseren. Zo zie je of de tone-of-voice rond je merk positiever of negatiever wordt. Ook kan je met ChatGPT gerichte marketingcontent in allerlei formats creëren, waarmee je als bedrijf zichtbaar wordt op social media. Dit is het begin van social selling.

Intentieanalyse

AI kan ontvangst van e-mails of klikgedrag op de site analyseren en daarmee ontdekken wanneer een lead klaar is voor een vervolgstap. Door het monitoren van reacties of sentimenten weet je wanneer het moment daar is om proactief contact te zoeken. Tools als Qualtrics Connect, AI-agent en MonkeyLearn helpen je met deze sentimentanalyses.

Blik op de praktijk: Capgemini & intentie-AI



Capgemini gebruikt real-time inzichten uit Cubeo AI om verkoopinspanningen te prioriteren. Zij rapporteren een stijging van ongeveer 40% in verkoopklare leads en een vermenigvuldigingsfactor (4,8× stijging in marketing-gekwalficeerde leads) na inzet van deze AI-toepassing.

E-mailoptimalisatie & A/B-testing

Sommige systemen (bijvoorbeeld in Pipeline CRM of HubSpot) helpen met het bedenken van pakkende onderwerpregels of calls-

to-action. Met deze AI-systemen kun je direct testen welke versie het beste werkt. Zo zorg je ervoor dat jouw mails vaker worden geopend en tot actie aanzetten. Met AI kan je ongelimiteerd personaliseren op grote schaal. In plaats van één generieke mail naar 10.000 prospects, genereer je 10.000 licht aangepaste mails met specifieke relevante haakjes.

Sales qualified leads

Virtuele assistentie, AI agents & chatbots

Slimme chatbots beantwoorden 24/7 veelgestelde vragen en helpen bij het eerste contact. Zodra het gesprek serieuzer wordt, neemt een salesmedewerker het over. De chatbot kan hiervoor ook automatisch vervolgspraken inplannen voor de salesmedewerker, of alvast extra informatie zoals een productsheet of whitepaper toesturen op basis van de input van de klant. Zo blijven je verkopers gefocust op de warme leads. Naast de geïntegreerde tools van HubSpot en Salesforce zijn Tidio, Ada en Drift voorbeelden van sales chatbots die je aan je funnel kan toevoegen.

Blik op de praktijk: 1-800-Flowers & AI agent GWYN



Voor 1-800-Flowers handelt AI sales-agent GWYN in Facebook Messenger online adviesgesprekken af op basis van vraag & antwoord. Dit resulteerde in 70% extra bestellingen.

Virtuele training, AI coaching & performance tracking

AI-tools zoals Poised en Cogito kunnen tijdens telefoongesprekken of online meetings meeluisteren en direct of achteraf tips geven. Ze luisteren naar gesprekstijd, toon, woordkeuze, vraagstelling etc. Op basis daarvan geeft AI tips over hoe je beter kunt inspelen op vragen of twijfels van een klant. Zo verbeteren je medewerkers snel hun gespreksvaardigheden.

Blik op de praktijk: ACI Ltd & gespreksanalyse



ACI Ltd zette Salesken in als AI-tool die live klant-gesprekken analyseert. Hiermee verhoogden ze conversieratio's van minder dan 5% naar 6,5% en verhoogde het percentage gekwalificeerde leads van 45% naar 64%.

Sales qualified opportunities

Dynamic pricing & deal intelligence

AI als Salesforce Einstein doet suggesties voor prijzen of kortingen, afgestemd op de klant, marktontwikkelingen en de strategie van concurrenten. Zo kun je het maximale uit iedere deal halen.

Cross- & upselling

Salesforce Einstein kan ook patronen herkennen in eerdere aankopen en klantdata. Daardoor kan het systeem voorstellen doen voor aanvullende producten of diensten die goed aansluiten bij de behoefte van de klant.

**Blik op de praktijk:
McDonalds & AI menu-personalisatie**



McDonald's zet Dynamic Yield in voor AI-gestuurde menupersonalisatie, op basis van tijd, weer, drukte en gedrag. Dit heeft in sommige locaties tot een omzetsijging van 3-4% per bestelling geleid.

AI-contract

Tools als Summize en Casetext kunnen contracten automatisch opstellen en controleren. Ze controleren of alles juridisch klopt op basis van de juridische richtlijnen en helpen documenten zonodig optimaliseren. Andersom kan AI aangeboden contracten checken op ongunstige voorwaarden of afwijkingen van standaardclausules. Na goedkeuring kun je via digitale handtekening-tools (DocuSign, Adobe Sign) het contract afhandelen, waarbij AI de opvolging plant

**Blik op de praktijk:
Banco Hipotecario & cross-sell AI**



Banco Hipotecario zet AI/ML van Databricks in voor klantgerichte targeting. Dit leidde tot 90% stijging in cross-sell ratio's en een verlaging van de acquisitiekosten met 35%.

als de klant niet tijdig tekent. Dit bespaart tijd en verkleint de kans op fouten.

Intent en buying customers

Realtime gesprekscoaching & sentimentanalyse

Door klantgesprekken en e-mails te analyseren, kom je erachter wat voor de klant echt belangrijk is: kosten besparen, sneller groeien of iets anders. Dit helpt om het aanbod en de boodschap beter af te stemmen. Tools als Trengo en Hiver kan je hiervoor gebruiken als je geen geïntegreerde toolkit als HubSpot hebt.

Relationship intelligence

Na het sluiten van een deal helpt AI bij het plannen van opvolg-mails, updates of tips voor een soepele implementatie. Zo zorg je dat de klant enthousiast blijft en het draagvlak binnen zijn organisatie groeit. Zoho Desk is een mooie tool hiervoor. Door slimme koppelingen met CRM-systemen (zoals Salesforce Einstein, HubSpot of Pipeline CRM) ontvang je automatisch meldingen als een klant lange tijd niets van je heeft gehoord, of wanneer een concurrent iets nieuws aanbiedt. Zo blijf je proactief in contact.

Repeat, loyalty & advocacy customers

Customer lifetime value

AI ziet signalen (zoals teruglopend gebruik of een lagere inlogfrequentie) die erop wijzen dat een klant minder actief wordt en mogelijk overweegt op te zeggen. Je kunt dan proactief contact opnemen en voortijdig een oplossing bieden, met extra service of een ander aanbod. Diginyze is met dit doel ontworpen.

SYNOVUS®

Blik op de praktijk: Synovus Bank & AI-engagement

Synovus Bank zet het AI-aangedreven gepersonaliseerd engagementplatform Personetics in. Dit leidde tot hogere groei van deposito's (7% versus 4% voor niet-betrokken gebruikers) en sterk verbeterde klanttevredenheidsscores.

Ambassadeurs

AI helpt te signaleren welke klanten echt tevreden zijn en zich daarover uitlaten op social media. Deze klanten kun je actiever betrekken bij referenties, klantcases of aanbevelingen, waardoor ze bijdragen aan nieuwe saleskansen.

2 AI-kansen door de hele funnel

Sommige AI-toepassingen voegen waarde toe in specifieke stappen van de sales- en marketingfunnel. Andere toepassingen brengen efficiëntie en versnelling door de hele funnel heen - of eigenlijk in elk proces.

Veel voorbeelden kennen we al, zoals contentcreatie of het automatiseren van repetitieve taken, maar AI biedt veel meer.

Snelle en doelgerichte contentcreatie:

AI helpt marketingteams bij het opstellen van gepersonaliseerde e-mails, socialmediaposts en blogs. Met slimme prompts kan AI

inspelen op de specifieke behoeften van potentiële klanten. Door klantdata en segmenten in het CRM te combineren, doet AI contentvoorstellen die direct aansluiten bij de interesses van je leads. Tools zoals Copy.ai, ChatGPT en Lavender maken dit proces sneller en effectiever.

Voorspellende analyse

AI kan op basis van interne en externe data patronen herkennen en voorspellingen doen door de hele funnel heen. Dit leidt tot datagedreven beslissingen op verschillende vlakken:

- **Content:** AI voorspelt welke content aanslaat door sentimenten in de samenleving te analyseren — of het nu gaat om verkiesingsresultaten, stijgende gasprijzen of sportevenementen;
- **Leads:** AI analyseert historische data, gedrag en demografische informatie om de meest veelbelovende prospects te identificeren;
- **Verkoop:** AI voorspelt toekomstige verkoopresultaten door trends in historische verkoopdata te herkennen, bijvoorbeeld rond seizoensinvloeden of marktontwikkelingen. Dit helpt bij voorraadbeheer, productieplanning en het stellen van realistische verkoopdoelen;



Blik op de praktijk: Rogers Communications & voorspellende AI

Rogers heeft met AI-tool Cubeo de voorspellingsnauwkeurigheid verhoogd tot 80% en kon al in het eerste contact deals met een risico-inschatting van 90% identificeren.

- **Prijs:** Door vraag, aanbod en concurrentie te analyseren, kan AI prijsaanpassingen voorstellen om winstgevendheid te maximaliseren.

Funnel & klantreisanalyse

Hoe beter de funnel is gevuld met data, hoe scherper AI analyses kan maken en optimalisaties kan voorstellen. AI-tools zoals Usermaven doorzoeken marketingdata om verborgen patronen bloot te leggen en real-time aanbevelingen te doen. Dit kan bijvoorbeeld:

- **Conversiedalingen identificeren:** AI signaleert waar in de funnel of klantreis conversie achterblijft en doet gerichte suggesties voor verbetering;
- **Klantreis verfijnen:** AI helpt bij het personaliseren van elke stap, van eerste contact tot aankoop, door continu data te analyseren.

Koopmotivatie & adoptie

AI kan patronen herkennen in klantgedrag en helpen om gedetailleerde persona's te maken waarbij de marketing- en verkoopstrategieën beter op de koopmotieven van de persona kunnen worden afgestemd. AI kan daarna volgen hoe leads en klanten reageren op mails of nieuwe producten en diensten en gepersonaliseerde suggesties geven (via e-mails of app-notificaties) om adoptie te stimuleren en weerstand te verminderen.

CRM, tijdbeheer en churn-voorspellingen

AI biedt directe tijdswinst door repetitieve of tijdrovende taken in sales en marketing te automatiseren, zodat teams zich kunnen richten op strategische en creatieve activiteiten. Denk aan:

- **CRM-beheer:** Automatisch klantgegevens invoeren, contactmomenten loggen en klantdata opschonen;

- **Churn-voorspellingen:** Een klant die in gesprekken of mails steeds negatiever wordt, kan een risico vormen. AI kan automatisch alerts sturen;
- **Afspraakplanning:** AI plant vervolggesprekken of demo's in op basis van de agenda van de verkoper en de voorkeuren van de klant;
- **Gespreksverslagen:** AI maakt automatisch verslagen van klantgesprekken, inclusief samenvattingen van beslissingen en actiepunten.

AI als groeiversneller voor sales

De tijd die AI bespaart, kan worden ingezet om salesteams verder te ontwikkelen. AI ondersteunt hierbij op verschillende manieren:

- **Training:** AI analyseert de prestaties van salesmedewerkers en stelt op maat gemaakte leermodules voor, zoals e-learnings of rollenspellen;
- **Closed-loop feedback:** het AI-model genereert uit resultaten (win of loss) de patronen en neemt die mee in toekomstige scoringsmodellen of gesprekssuggesties;
- **Coaching:** Op basis van opgenomen klantgesprekken geeft AI gerichte feedback, zoals: 'Hier miste je een upsell-kans' of 'Je praatte te veel, luister meer';
- **Budgettoewijzing:** AI kan adviseren hoe je je sales- en marketingbudget het best kunt spreiden op basis van verwachte ROI per kanaal en segment;
- **Risicoanalyse:** Bij economische teruggang of toename van concurrentie kan AI scenario's doornemen en alternatieve strategieën voorstellen (bijv. nieuwe productbundels, nieuwe prijsstructuren);
- **Managementondersteuning:** AI biedt managers concrete data voor feedback, zodat verkopers precies weten waar ze kunnen verbeteren.

Door AI slim te integreren in sales en marketing, combineer je snelheid, personalisatie en schaalbaarheid. Dit leidt tot efficiëntere processen, sterkere klantrelaties en uiteindelijk duurzame commerciële groei.

3 Strategisch kiezen

AI biedt in elke fase van de next level salesfunnel kansen om sneller te werken, betere resultaten te behalen en klantrelaties te versterken. Voorbeelden en kansen te over. Laat je niet gek maken en begin met het strategisch toepassen van AI in die fase van de salesfunnel waar voor jullie de grootste slag is te slaan.

Bedenk waar in jouw organisatie de grootste gap zit naar commercieel succes. Dat is de eerste plek waar je AI effectief kan gaan inzetten. Blijft de ontwikkeling van marketing qualified leads achter, dan is de inzet van leadscoring en datascraping relevant. Zit er een gap in intent of buying customers, dan kan AI bijdragen in de vorm van virtuele assistentie, sentimentanalyse of realtime coaching. Blijven de repeat customers achter, zet dan AI in op dynamic pricing of relationship intelligence.

Breid daarna uit met AI-optimalisering in andere stappen van de salesfunnel. Uiteindelijk werk je naar een geïntegreerd AI-gedreven salesproces. Deze integratie leidt tot een ongekennde versnelling, kwaliteitsverbetering en kostenbesparing.

De rol van sales verandert hierdoor wezenlijk: van reactief naar proactief, van intuïtie naar data-gestuurde beslissingen. Deze ontwikkeling versnelt niet alleen het salesproces, maar verhoogt ook de conversiepercentages en verlaagt de kosten per klantcontact. Salesorganisaties die AI strategisch omarmen, zien dat snelheid,

voorspelbaarheid en schaalbaarheid hand in hand gaan. Dit vraagt om leiderschap dat verder kijkt dan experimenten met tools en werkt aan een data-gestuurd salesstructuur die de concurrentie een stap voor blijft.

McKinsey
& Company

**Blik op de praktijk:
McKinsey onderzoek naar
datagestuurde B2B verkoop**

Uit onderzoek van McKinsey blijkt dat data-gestuurde bedrijven die meerdere AI-toepassingen in hun verkoopproces integreren, efficiëntiewinsten van 10–15% realiseren. Daarnaast kunnen AI-gestuurde prijsstrategieën de winratio met 12 procentpunten verhogen. AI-gepersonaliseerde verkoopteams hebben 1,7× meer kans om marktaandeel te vergroten. Deze onafhankelijke bevindingen benadrukken de zakelijke meerwaarde van AI in B2B-verkoop.

H4 Datafundament als kritische succesfactor



AI versnelt iedere stap in het verkoopproces. Maar let op: rubbish in is rubbish out, ook met AI. Alleen veel sneller. Om AI-modellen en -tools effectief in te zetten is het belangrijk om kwalitatieve en consistente data te hebben. Een goed datafundament leunt op vijf cruciale pijlers:

1 Schone data

Data moet opgeschoond, ontdebeld zijn en ontdaan van oude data. Data moet uniform zijn, waarbij bijvoorbeeld velden in ERP en CRM eenduidig zijn. En de metadata moet op orde zijn: elke klant- of leadrecord moet voorzien zijn van relevante categorieën zoals branche, regio of contactgeschiedenis. OpenRefine of Numerous zijn voorbeelden van AI-tools die je op basis van machine learning hiermee kunnen helpen.

2 Dataintegratie

In je organisatie zijn veel verschillende systemen met hun eigen data. Door ze te koppelen en AI met alle bronnen aan het werk te zetten wordt de 'magic' des te groter. AI-analyses worden immers met meer en rijke datasets alleen maar robuuster. Denk dus aan het koppelen van:

- **CRM-systemen** (Salesforce, HubSpot, Pipeline CRM, etc.)
- **Marketing automation** (Marketo, ActiveCampaign)
- **ERP** (producten, voorraden, prijzen)
- **Externe databronnen** (LinkedIn, sectorrapporten, nieuwswebsites)

Er zijn verschillende soorten connectoren die zorgen dat data uit meerdere systemen gecombineerd kunnen worden. Voorbeelden hiervan zijn Workato of Zapier.

3 Data verrijking

Als de beschikbare data niet genoeg inzichten geven, is verrijking een belangrijke stap. Je vult klant- en prospectinformatie aan met extra details zoals bedrijfsinformatie, contactgegevens, omzetdata en interesses. Die extra data kunnen komen uit aangekochte data of openbaar toegankelijke data (zoals op LinkedIn). Door relevante data toe te voegen ontstaat een uitgebreider en nauwkeuriger profiel van je potentiële klant. Hierdoor kan je beter inspelen op specifieke behoeften en verwachtingen. AI-tools als PowerImprove en Breeze (van HubSpot) zorgen voor snelle en efficiënte data-verrijking.

4 Data verzilvering

Met AI binnen het CRM-systeem (Salesforce, Pipedrive of HubSpot) krijgen marketeers en verkopers proactief inzichten en suggesties voor de volgende stap in klantrelatie of efficiency. Via een chatbot kunnen ze aan AI vragen stellen over leads of klantstatussen. Op deze manier komt de waarde die in data verscholen zit veel meer aan de oppervlakte. Data wordt 'actionable'.

5 Privacy en compliance

Naarmate je meer data verzamelt en algoritmes inzet, neemt het belang van AI Act/AVG/GDPR-compliance toe. Zorg voor heldere toestemmingsstructuren, beleid voor databeveiliging en juiste verwerkingsovereenkomsten met AI-leveranciers. Kies voor private cloud- of on-premise-oplossingen als je met zeer gevoelige data werkt. Zorg dat alleen geautoriseerde personen bij specifieke data kunnen: AI-platforms bieden vaak uitgebreide governance-opties. Een schending van privacyregels kan het vertrouwen schaden én AI-initiatieven frustreren.

Het belang van data-hygiëne: waarop letten?

- **Data veroudering:** CRM-data verouderen snel (20-25% per jaar). Stel workflows in om gegevens automatisch te controleren en bij te werken;
- **Bias-analyse:** Controleer data op vooroordelen tijdens de invoer om AI-modellen eerlijk en accuraat te houden;
- **Data-anonimisering:** Schakel AI-tools in die klantdata pseudonimiseren of anonimiseren voor analyses, zodat je AVG/GDPR-proof blijft;
- **Anomalie-detectie:** Machine learning kan afwijkingen in datasets identificeren en corrigeren voordat ze problemen veroorzaken.

To do: Wijs een klein team aan dat 1 keer per 3 maanden de input, throughput, output en toepassing van data & AI in je sales- en marketingorganisatie reviewt. En let op dat je werkt met AI-systemen die gebruik maken van zogenaamde 'explainable AI (XAI)'. XAI maakt van AI geen 'black box', maar een transparante sparringpartner. Je begrijpt op ieder moment welke beslissingen AI neemt, op basis van welke data. HubSpot zet hier bijvoorbeeld vol op in met Breeze en Salesforce met zowel Einstein GPT als OmniXAI.

H5: Aan de slag



De waarde van het strategisch fundament voor AI wordt pas verzilverd als je in actie komt. Maar waar begin je? Wie neem je mee en hoe betrek je het team erbij? AI gaat het om AI, het blijft mensenwerk.

1 AI-stappenplan

Door AI-kansen te koppelen aan de next level salesfunnel, vertrek je vanuit een strategisch perspectief. In welke fase van de funnel je ook start, met dit stappenplan helpen we je op weg.

1 Stap 1: Analyse

- Visualiseer de salesfunnel en breng per stap de data, systemen en eventuele hiaten in kaart.
- Inventariseer welke systemen momenteel worden gebruikt, welke data daarin beschikbaar is, hoe betrouwbaar die data is en welke gegevens mogelijk nog ontbreken.
- Onderzoek of bestaande systemen al AI-functionaliteiten of add-ons hebben die direct ingezet kunnen worden.

2 Stap 2: Strategie

- Identificeer de grootste hiaten in de funnel. Waar liggen de kansen om je te onderscheiden van concurrenten? Wat wil je bereiken met de inzet van AI? Kwantificeer de doelstellingen zodat de ROI meetbaar is.

- Stel een AI-werkgroep samen met medewerkers die beschikken over relevante kennis en enthousiasme. Zorg voor een multidisciplinair team met vertegenwoordigers uit IT, sales, marketing en legal. Zorg voor de juiste stakeholder buy-in.

3 Stap 3: Datavoorbereiding en integratie

- Zorg dat je CRM schoon is en up-to-date, en dat alle klantinteracties correct worden vastgelegd (calls, e-mails, meetings).
- Reinig, verrijk en structureer de data. Zorg voor koppelingen tussen interne systemen en, indien nodig, externe databronnen.
- Leg vast hoe de datahygiëne wordt geborgd en periodiek wordt gecontroleerd.

4 Stap 4: Proof of concept en inwerken werkgroep

- Selecteer een kleinschalig project binnen een kritische fase van de funnel. Test een of twee AI-toepassingen binnen bijvoorbeeld een specifiek segment om impact te realiseren. Handige quick-wins om mee te starten zijn bijvoorbeeld:
 - o E-mailoptimalisaties, zodat jullie snel succes ervaren;
 - o Automatische verslagen maken met Fireflies.ai of Call James, zodat medewerkers het gemak van AI ervaren;
 - o Integratie van AI in systemen waarmee de organisatie al werkt, zodat er geen nieuwe systemen aan bestaande routines hoeven worden toegevoegd.

- Leer samenwerken en experimenteren binnen de werkgroep met deze nieuwe technologie.
- Meet regelmatig de ROI en gebruikersadoptie. Schaal pas op als de basis goed staat en je team positief is.
- Bepaal welke kennis en vaardigheden de rest van de organisatie nodig heeft om AI te integreren in het dagelijkse werk.

Start met AI add-ons van bestaande systemen

Veel systemen waarmee je al werkt bieden AI add-ons aan. Die vormen een goed startpunt. Ze sluiten al aan op de omgeving die mensen kennen. Ook hoeft hiervoor geen uitgebreid technisch of juridisch onderzoek meer te worden gedaan. Je kan dus snel beginnen. Denk hierbij aan CoPilot van Microsoft, Einstein van Salesforce en de AI add-ons van HubSpot of Pipedrive CRM.

5 Stap 5: Adoptie

- Train de organisatie in de benodigde AI-kennis en -vaardigheden.
- Schaal een succesvolle test op naar extra segmenten of regio's, pak nieuwe hiaten in de funnel aan en definieer aanvullende KPI's.
- Optimaliseer AI-modellen continu met nieuwe data.

6 Stap 6: Borging & groei

- Naarmate de AI-aanpak zich ontwikkelt, kunnen complexere use cases worden toegevoegd.
- Blijf actief op zoek naar nieuwe AI-toepassingen en innovaties.

- Hertrain AI-modellen op nieuwe data (nieuwe producten, marktveranderingen), zodat ze up-to-date blijven.
- Evalueer de AI-strategie en het datafundament minimaal elk kwartaal.
- Investeer blijvend in de kennis en vaardigheden van medewerkers.

2 Change management

AI lijkt misschien vooral een technisch onderwerp, maar de impact ervan reikt verder. Door de integratie van systemen, teams en data raakt het de hele organisatie – en dus alle medewerkers. Zonder draagvlak bij directie, marketing en sales stopt de voortgang. Zorg daarom voor heldere communicatie over de strategie, de concrete stappen en de uiteindelijke doelen. Demonstreer quick wins en betrek medewerkers actief bij de implementatie en de volgende stappen.

Cultuur & communicatie

Binnen het team zullen er enthousiastelingen zijn die zich graag via AI-initiatieven willen profileren. Tegelijkertijd zullen er collega's zijn die zich afzijdig houden uit onwetendheid, of in de weerstand schieten door angst voor verandering. De succesvolle invoering van AI staat of valt met communicatie, betrokkenheid en training. Richt je bij junior medewerkers op de voordelen die AI biedt om sneller zelfstandig taken uit te voeren met ondersteuning van AI. Benadruk bij senior medewerkers dat repetitief werk afneemt, waardoor zij zich meer op strategische werkzaamheden kunnen richten. Voor iedereen geldt dat AI extra inzichten biedt, waardoor het werk inhoudelijk rijker en strategischer wordt. AI vervangt geen mensen, maar versterkt en verrijkt hun werk. AI is de copiloot.

Opleiding en training

AI stelt junioren in staat om sneller zelfstandig werk op senior-niveau op te pakken. Tegelijkertijd krijgen senioren meer ruimte voor coaching en begeleiding. Om die nieuwe rolverdeling optimaal te benutten, is training essentieel. Medewerkers moeten niet alleen worden opgeleid in hun specifieke nieuwe taken, maar ook in algemene AI-vaardigheden:

- Prompting
- Kritisch beoordelen van AI-uitkomsten
- Analyseren van AI-gestuurde dashboards

Omdat AI zich razendsnel ontwikkelt, werkt een praktische aanpak het best. Organiseer concrete workshops en bied (online) microlearnings aan. Neem AI-trainingsmodules op in de online academy van je organisatie. Zo groeien medewerkers op een laagdrempelige manier mee met de AI-ontwikkelingen binnen en buiten de organisatie.

Kennis, vaardigheden en houdingen (weergegeven als de kolommen in het Tempelmodel van R. Roe) zijn dus gebaseerd op het fundament van persoonlijkheid, intellectuele capaciteiten en overige kenmerken (het fundament van de tempel), terwijl zij op hun beurt de drager zijn van deelcompetenties en competenties (timpaan).

De ideale coaching en lesmodules in een academy zijn dus geen 'one size fits all'. Het ontwikkelen van competenties vergt tijd en energie. Om dat efficiënt te doen, breng je eerst in kaart welke competenties gemakkelijker of lastiger te ontwikkelen zijn. Dat bepaalt de focus van employee development en de inrichting van de academy.

H6: Uitnodiging



AI is voorbij de hype en kan binnen sales en marketing een absolute gamechanger zijn. Voorwaarde is een solide datastructuur en een strategische inzet, gebaseerd op de next level salesfunnel.

Vanuit dat fundament kan de magie in de salesfunnel beginnen. Door data slim in te zetten, repetitieve taken te automatiseren en beslissingen te optimaliseren bereik je ongekende:

- **Efficiëntie:** minder tijdverlies, hogere productiviteit;
- **Personalisering:** hyperpersoonlijke outreach, met relevante aanbiedingen;
- **Rendementen:** hogere conversies, betere klantrelaties.

Met een zorgvuldige aanpak – waarbij strategische keuzes, data-kwaliteit, change management en een duidelijk stappenplan centraal staan – boek je commerciële groei. Het stappenplan in deze whitepaper helpt je op weg.

Wil je verder? Sales Improvement Group is graag jouw partner, van nulmeting tot en met opschaling.

Benieuwd naar jouw eerstvolgende stap?

Neem gerust contact op voor een adviesgesprek of een quickscan van jullie AI-kansen.

Kijk ook op: <https://www.salesimprovementgroup.com/data-ai/>

**SALES
IMPROVEMENT
GROUP**

GEDREVEN DOOR RESULTAAT

**SALES
IMPROVEMENT**
TRAINING & ADVIES

GEDREVEN DOOR RESULTAAT

**SALES
IMPROVEMENT**
PEOPLE

GEDREVEN DOOR TALENT & AMBITIE

**SALES
IMPROVEMENT**
ACADEMY

GEDREVEN DOOR ONTWIKKELING

**SALES
IMPROVEMENT**
MARKETING

GEDREVEN DOOR RESULTAAT

**SALES
IMPROVEMENT**
DATA & AI

GEDREVEN DOOR RESULTAAT

Voorbij de hype met AI.

**SALES
IMPROVEMENT
GROUP**

GEDREVEN DOOR RESULTAAT

Bel: 088-7722300

Mail: info@salesimprovementgroup.com

Vendelier 65-69

3905 PD Veenendaal

www.salesimprovementgroup.nl