

Segmentatie in B2B-marketing

Gerichter communiceren met prospects en klanten

Op welke prospects en klanten ga je je richten? En op welke juist niet? Hoe haal je het maximale uit je tijd en marketingbudget? Met de segmentatie-oplossingen van Company.info ben je in staat relevanter met prospects en klanten te communiceren. Zodat je altijd de juiste content inzet via de juiste kanalen.

- ✓ **Bespaar kosten en tijd**

Bespaar tijd door alleen prospects en klanten actief te bewerken, die relevant zijn voor jouw proposities.

- ✓ **Verbeter conversie in marktwerking**

Weet precies wanneer en op welke manier je prospects het beste kunt targeten en converteren.

- ✓ **Haal meer waarde uit je klanten**

Benader iedere klantgroep met een gepersonaliseerde propositie die naadloos aansluit.



Markt- en klantsegmentatie

De zakelijke markt bestaat uit ruim 2,8 miljoen bedrijven. Welke bedrijven daarvan hebben behoefte aan jouw proposities? Segmentatie geeft het antwoord.

Bij marktsegmentatie maak je alleen gebruik van de slimme bedrijfskenmerken van Company.info. Bij klantsegmentatie combineer je eigen data, zoals omzet en productgebruik, met slimme bedrijfskenmerken van Company.info.



Stap 1 Afbakenen van de markt

Bepaal met onze consultants welk deel van de markt relevant is. Zijn bijvoorbeeld ZZP'ers wel of niet interessant?



Stap 2 Segmenteren van de markt

Op basis van een veelheid aan bedrijfskenmerken, zoals omvang en type activiteiten definieert Company.info segmenten van bedrijven die dezelfde behoeften hebben.



Stap 3 Gericht communiceren

Bepaal de ideale contactstrategie per segment.

De 8 bedrijfspersona's van Company.info

Company.info heeft alle bedrijven in Nederland onderverdeeld in 8 segmenten. Deze verschillen van elkaar in de manier waarop ze werken en communiceren met klanten. Je hebt meteen inzicht in de manier waarop de organisatie opereert. Je krijgt daardoor snel antwoord op vragen zoals:

- Hoe vindt klantcontact plaats: online, telefonisch, op de bedrijfslocatie of bij de klant?
- Wordt er veel gebruikgemaakt van lease-auto's?
- Welke rol heeft de website in het salestraject?

De bedrijfspersona's helpen op deze manier om de communicatie met een bedrijf zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de wensen van de doelgroep.

1. Verstreckende aanbieders

Consumentgerichte bedrijven zoals horecagelegenheden en kwekerijen.

2. Creërende arbeiders

Uitvoerende bedrijven zoals distributiecentra en bouwbedrijven.

3. Dagelijkse kantoorwerkers

B2B georiënteerde bedrijven zoals administratiekantoren en adviesbureaus.

4. Faciliterende beheerders

Bedrijven waar bezoekers komen voor een activiteit zoals sportscholen en onderwijsinstellingen.

5. Verzorgende specialisten

Dienstverlenende bedrijven zoals schoonheidssalons en autogarages.

6. Regionale uitvoerders

Bedrijven die veel onderweg zijn zoals cateringbedrijven en loodgieters.

7. Mobiele handelaren

Bedrijven die niet gebonden zijn aan een vaste locatie, zoals marktkramen en kermisattracties.

8. Financiële regelaars

Financieel gerichte bedrijven zoals hypotheekverstrekkers en financiële adviseurs.

Voorbeeld: bedrijfspersona's inzetten voor segmentatie

Wie Aanbieder van koffiemachines.

Wens Sales verhogen van luxe koffiemachines voor kantoren.

Hoe De bedrijfspersona's geven inzicht in alle bedrijven die klanten op de bedrijfsvestiging ontvangen. Dit soort bedrijven schenken vaker dan gemiddeld écht goede koffie. Door deze bedrijven te benaderen is de kans op verkoopsucces van premium koffie vele malen groter.



Gebruik webdata om gerichter te segmenteren

Company.info beheert een database met alle tekstuele content van Nederlandse websites. Met de zoekmachine kun je met behulp van vrije trefwoorden of volledige tekst in deze database zoeken naar opgeslagen webdata. Webdata geven een gedetailleerd inzicht in de bedrijfsactiviteiten van een klant en/of prospect.

Voorbeeld: webdata inzetten voor segmentatie

Wie Aanbieder van koffiemachines.

Wens Omzet van luxe koffie in de horeca verbeteren.

Hoe Een analyse van klanten uit de horecabranche wijst uit welke relevante trefwoorden, 'special coffees' bijvoorbeeld, voorkomen op de websites van deze klanten. Deze input helpt om websites van vergelijkbare partijen te selecteren. Door deze partijen te benaderen, is de kans op verkoopsucces vele malen groter.



Het resultaat

Het resultaat van een markt- of klantsegmentatie is een rapportage met daarin de segmenten toegelicht en gekwantificeerd. Onze consultants helpen je om de segmentatie toepasbaar te maken in jouw systemen of in een data-omgeving die Company.info voor je beschikbaar stelt.

Segmenteer op de manier die jij wenst

Neem contact met ons op via 020 – 2400 400 of service@company.info en we komen vrijblijvend bij je langs voor een advies.