

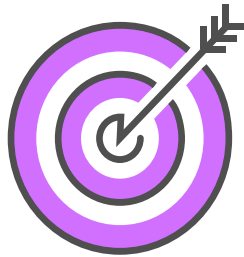
Definieer je

IDEAL CUSTOMER PROFILE

WAT

De accounts waarop je je moet focussen

Een Ideal Customer Profile is een omschrijving van een denkbeeldig account waarbij jouw product of dienst veel meerwaarde toevoegt.



HOE

1. Kijk naar je meest tevreden klanten

Vind eigenschappen die overeenkomen bij je meest tevreden klanten, zoals bijvoorbeeld omzet, aantal werknemers, type business, online tools, geografie of sales signalen die verschenen net voordat ze je klant werden.

2. Vind klanten die klaar zijn om te kopen

Richt je niet op bedrijven waarbij:

- De decision makers nog niet realiseren dat ze een probleem hebben of een kans voor zich hebben liggen die ze kunnen grijpen met jouw oplossing.
- De potentiële klant geen tijd of geld kan/wil investeren in jouw product of dienst.
- Er geen budget of draagvlak is vanuit de decision makers.

3. Er is geen universele Ideal Customer Profile

Evalueer elke 6de en 9de maand of het ideale profiel dat je hebt gekozen er nog steeds hetzelfde uitziet of dat je de omschrijving moet aanpassen.

WAAROM

Optimaliseer je beschikbare middelen

Het definiëren van je Ideal Customer Profile helpt met het optimaliseren van de relevantie van je marketing en de resultaten van je sales inspanningen.

Verhoog je gemiddelde Customer Lifetime Value

Verkoop niet aan iemand waarbij je niet gelooft in een succesvolle toepassing van je product of dienst. Een ontevreden klant neemt veel tijd in van je customer succes team en kan je bedrijf uiteindelijk meer kosten dan dat het opbrengt.



LAST BUT NOT LEAST

Je Ideal Customer Profile is koning

Je Ideal Customer Profile is de leidraad voor het verbeteren van je product of dienst, de termen die je sales- en marketingteams gebruiken richting prospects/klanten en hoe, wanneer en waar je ze gaat proberen te bereiken.