

# THE ULTIMATE HUBSPOT GUIDE

Kom alles te weten over HubSpot en ontdek de kracht van dit next level marketing en sales platform!



## Intro.

Wat is HubSpot?	4
Inbound	5
Funnels & Flywheel	6
Lifecycle stages	8
Persona	9
Experience journey	10
Lead scoring	12
Automation	13
Workflows	14
Sequences	15
Personalisatie	16
CRM	17
Contacts & Companies	18
Lists	19

## Sales.

Dashboarding & Reporting	41
Deals	42
Tasks	43
Meetings	44
Team meetings	45
Mailings	46
Templates & Snippets	47
Queues & Sequences	48

## Marketing.

Dashboarding & Reporting	22
Advertenties	23
Social	24
Leads genereren & Profileren	25
Formulieren	26
Progressive profiling	27
Pop-up formulieren	28
CTA's	29
Planning & Strategy	30
Campaigns	30
SEO	31
Projects	32

## Service.

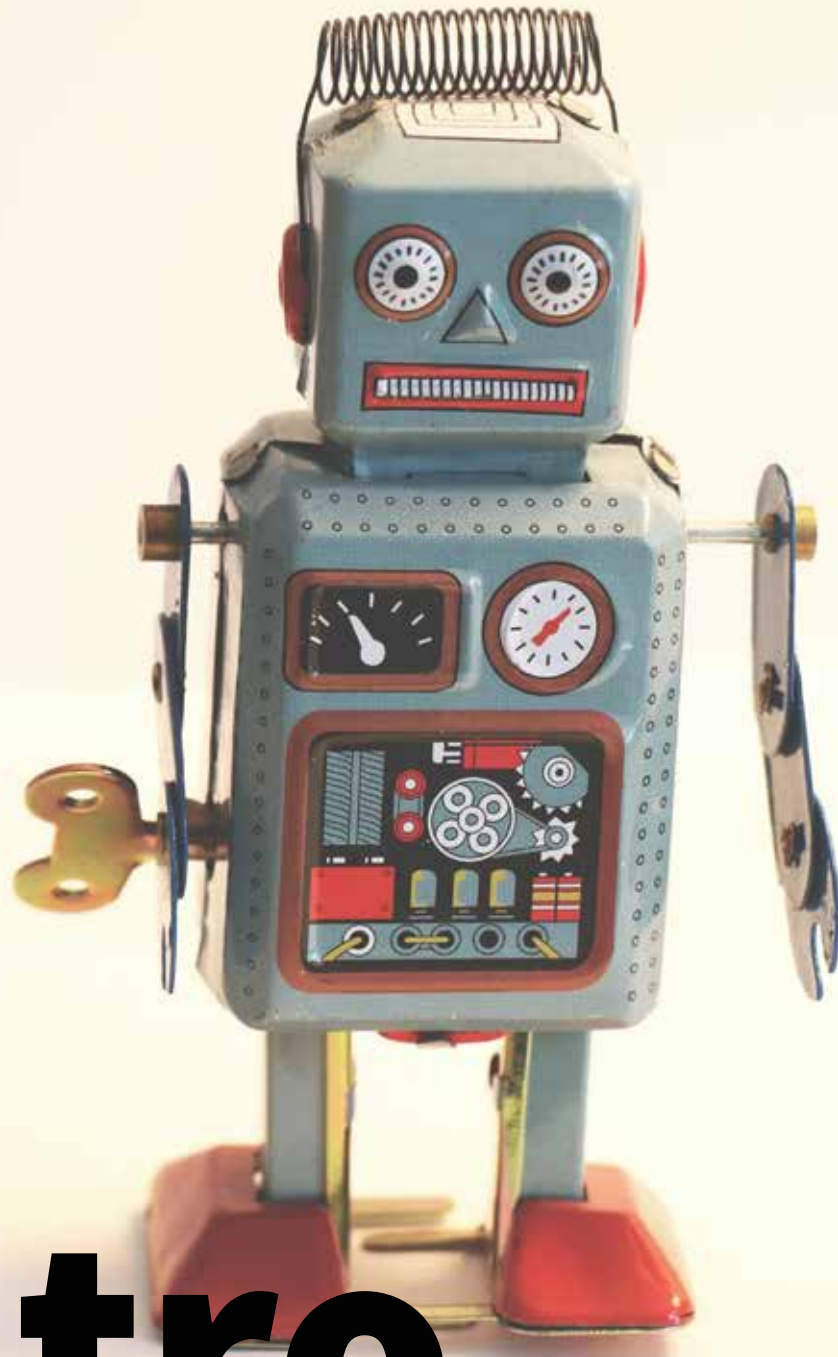
Dashboarding & Reporting	51
Chat	52
Live chat	53
Chatbot	54
Knowledge base	55
Feedback surveys	56

## Account Based.

Dashboarding & Reporting	35
Ideal customer profile	36
Tier accounts	37
Buying roles	38

## HubSpot & MODX.

HubSpot API	59
HubSpot Extra	59



**Intro.**

# Wat is HubSpot?

Marketing Hub

Sales Hub

Service Hub

HubSpot is hét platform als het gaat om de marketing, sales en service van nu. Dit krachtige platform richt zich op alles wat ervoor zorgt dat jij een sterke band opbouwt met jouw doelgroep, terwijl jij je online blijft optimaliseren.

**Bouw een sterke band op met je doelgroep, terwijl je online blijft optimaliseren.**

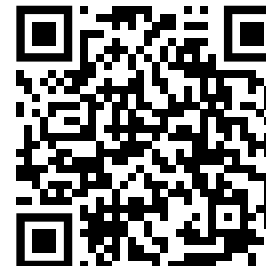
HubSpot biedt alle tools die nodig zijn om je verschillende afdelingen samen te laten werken, nieuwe medewerkers aan te trekken, naamsbekendheid te verhogen en je digitale platform perfect af te stemmen op je doelgroep.

Met krachtige tools als gepersonaliseerde content, interessante sales mailings en de beste service tools krijgt jouw doelgroep de aandacht die zij verdienen. Zo worden leads klanten en blijven klanten betrokken bij jouw merk.

Ontdek HubSpot:

- Trek interessante leads aan en creëer een inbound strategie
- Laat alle data van leads en klanten samenkomen op één plek
- Creëer gepersonaliseerde marketing acties zodat leads sneller converteren
- Maak je sales efficiënter dan ooit en krijg inzicht in de behoeften van je klanten
- Optimaliseer jouw service en speel in op de vragen van jouw klanten
- Maak van leads klanten, en van klanten ware fans

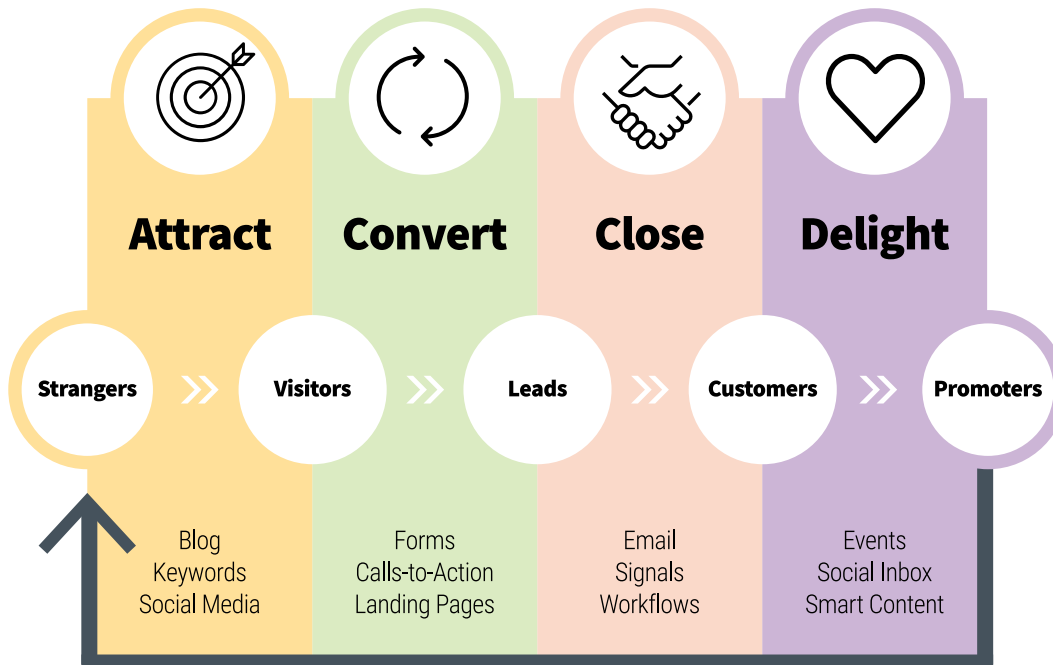
Meteen aan de slag met HubSpot? Vraag dan nu een HubSpot & MODX demo aan bij Monique. Ga naar [sterc.com/hubspot-demo](https://sterc.com/hubspot-demo) of scan de QR code hieronder:



# Inbound.

Vrijwel iedereen is bekend met outbound: jouw bedrijf zoveel mogelijk laten verschijnen voor de doelgroep. Helaas is deze methode niet erg effectief, aangezien je de klantreis van iedere unieke lead verstoort met content waar zij helemaal niet op wachten. En juist daarom is inbound in het leven geroepen.

Inbound is een business methode die ervoor zorgt dat jij klanten en interessante leads aantrekt. In plaats van het bieden van niet relevante content op de momenten dat je doelgroep hier totaal niet op aan het wachten is, focus jij je op het creëren van content die perfect afgestemd is op de unieke behoeften, vragen, problemen en kansen van elk individu in elke stap van hun experience journey. Zo help je hen niet alleen met het oplossen van hun vragen, maar zorg je er ook voor dat zij hun aankoop volgende keer liever bij jou doen en ware fans van je merk worden.

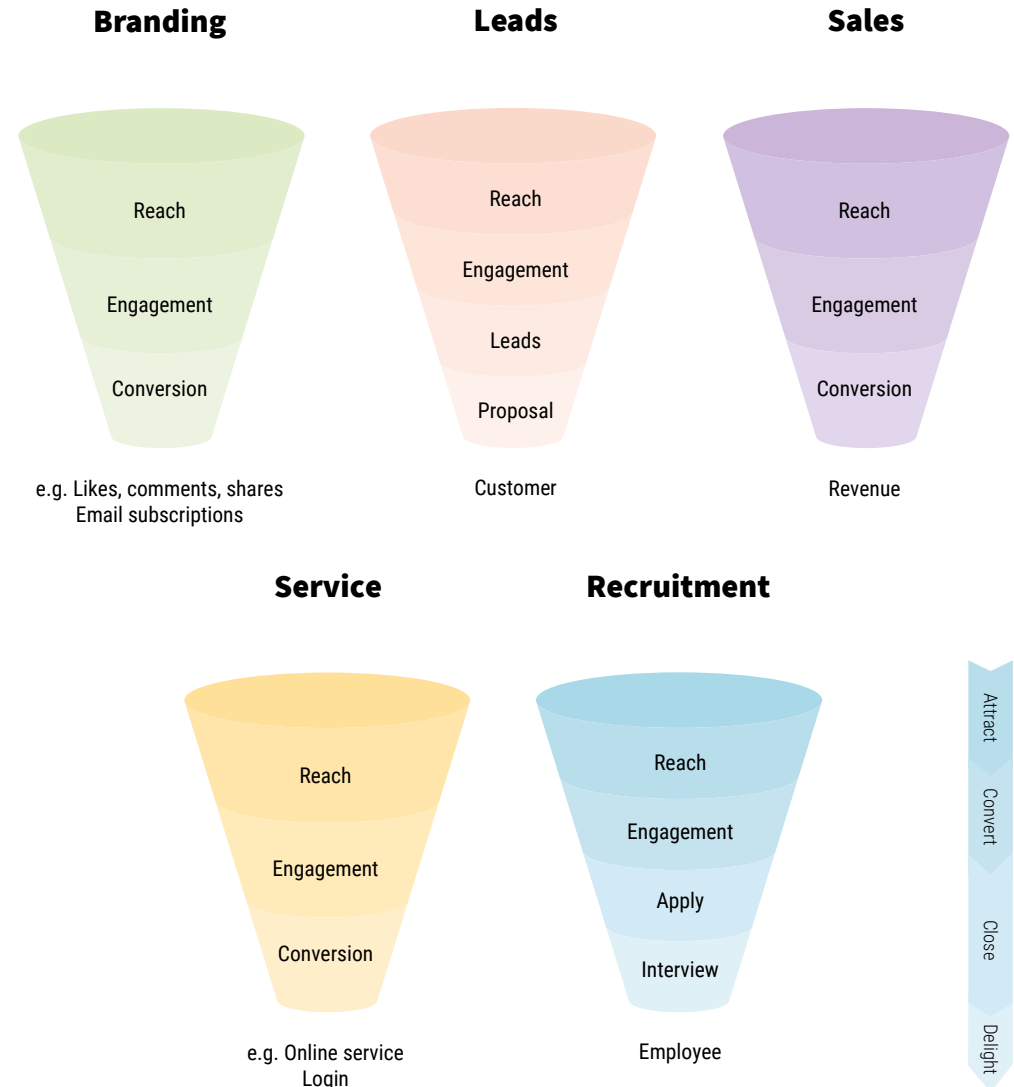


# Funnels & Flywheel.

We kennen ze allemaal wel: funnels. De trechters waar bezoekers tot klanten worden omgevormd, of zelfs tot ware ambassadeurs van je merk worden bekroond.

Bij Sterc richten wij ons op vijf verschillende modellen, waarmee jij je doelstellingen verder uitwerkt: het branding, leads, sales, service en recruitment model. Zoals elke trechter begin je groot, er zijn veel mensen je met je merk bereikt. Elke fase wordt deze grote groep mensen weer een stukje kleiner, tot je maar een handjevol mensen hebt die bij je wilt kopen, solliciteren of een post liket en nog een kleinere groep mensen die herhaaldelijk bij je blijft kopen, voor je blijft werken of je volgt op socials.

Maar als ze aan het einde van de funnel zijn, wat gebeurt er dan? Helaas zijn funnels zo gevisualiseerd dat de klanten en ambassadeurs van je merk eigenlijk geen waarde toevoegen voor jouw business. Wat nou als je de funnel bedrijfsbreed kunt toepassen, en geïnvesteerde energie kunt hergebruiken? Dat is wat HubSpot met haar **flywheel** laat zien: aan het einde van de funnel stopt het niet.







Merkambassadeurs zijn essentieel in je strategie en zorgen er - door mond-tot-mond reclame - voor dat steeds meer mensen bekend raken met jouw merk. En we kennen allemaal de kracht van mond-tot-mond reclame. Deze is krachtiger dan welke communicatiestrategie dan ook!

Maar hoe zorg je ervoor dat je klanten omvormt tot promoters en deze promoters behoudt? Dat doe je door leads en klanten in elke stap van hun journey zo goed mogelijk te helpen. Dit is niet alleen de verantwoordelijkheid van marketing, sales of service, maar een gezamenlijke team effort!

## Stop selling, start helping.

In dit ebook laten wij zien hoe jij met HubSpot je teams efficiënt met elkaar laat samenwerken om zo elk unieke persoon in jouw doelgroep een gepersonaliseerde ervaring te bieden. Zo vorm je leads om tot klanten en worden klanten ware evangelisten van je merk!

# Lifecycle stages.

**Zoals je in het flywheel hebt kunnen zien, doorloopt elke lead verschillende fases voordat deze een klant of zelfs evangelist wordt. Hoe lang elke fase is verschilt per persoon en per bedrijf. HubSpot noemt deze fases - beredeneerd vanuit de organisatie - 'lifecycle stages'.**

Om te achterhalen hoe elke fase eruit ziet en wat leads overtuigt om naar de volgende fase te gaan, geven we hieronder HubSpots en onze eigen uitleg van elke stage.

## Visitors

Subscriber: Contacten die jouw bedrijf hebben gezien, en meer van je bedrijf willen weten. Subscribers zijn ingeschreven voor je blog of nieuwsbrief.

## Leads

Lead: De lead is meer *sales ready*, en ziet zichzelf ook als lead. Een lead heeft een formulier ingevuld of via een chat contact gezocht om antwoord te krijgen op z'n vragen.

Marketing Qualified Lead (MQL): Kwalitatieve of kwantitatieve acties van de bezoeker hebben er toe geleid dat Marketing is overtuigd dat de lead klaar is voor sales.

Sales Qualified Lead (SQL): Contacten die kenbaar maken klaar te zijn voor een sales follow-up. Door de koopbereidheid vindt ook het sales team dat deze lead interessant is, en gaat onderzoeken welke kansen er voor deze lead liggen.

Opportunity: De lead heeft grote potentie om tot een deal over te gaan.

## Customers

Customer: De deal is gesloten, en de lead is nu een klant geworden. Door goede service en content die de klant verder helpen wordt deze klant uiteindelijk evangelist.

Evangelist: Klanten die niet alleen aankopen bij je doen, maar ook jouw merk promoten binnen hun netwerk. Met mond-tot-mond reclame creëren zij nieuwe fans, die uiteindelijk weer geïnteresseerd zijn in jouw bedrijf.

Other: Een *wildcard* die gebruikt kan worden voor elk contact dat niet onder bovengenoemde stages valt.

Stranger

Subscriber

Lead

MQL

SQL

Opportunity

Customer

Evangelis



# Persona.

Ieder bedrijf heeft een of meerdere doelgroepen. Om ervoor te zorgen dat jij die content verzorgt waar ieder segment van je doelgroep naar verlangt, kun je **persona's** creëren.

Persona's zijn fictieve personen die een gehele doelgroep of een segment ervan representeren. In een persona definieer je verschillende punten:

- **Demografie:** Wat is het geslacht? Wat is de leeftijd? En inkomen?
- **Geografie:** Waar bevindt deze doelgroep zich? In welk land, welke regio, misschien zelfs welke stad? Welke taal spreken ze?
- **Gedrag:** Welke vragen/klachten/problemen heeft de doelgroep? Naar welke dienst of product zijn zij op zoek? Wat is de aankoopfrequentie?
- **Attitude:** Hoe tevreden zijn ze over de geboden oplossing? Zijn dit loyale klanten? Welke voorkeuren hebben ze?

Wij voegen hier graag nog een extra puntje aan toe:

- **Drijfveren:** Welke **waarden** hebben ze? Wat zijn de koopmotieven?

## Tip!

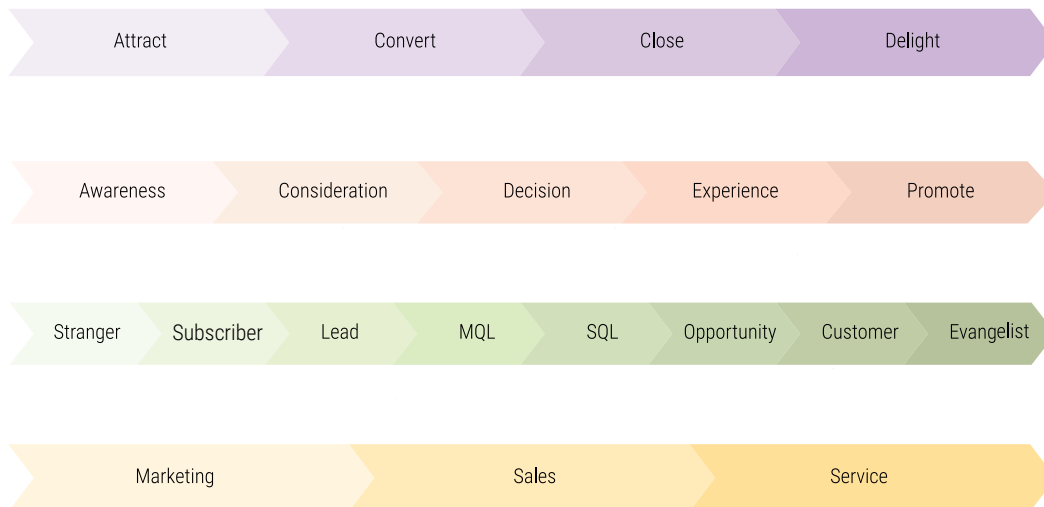
Creëer je eigen persona op [hubspot.com/make-my-persona](https://hubspot.com/make-my-persona)

The screenshot shows the 'Make My Persona Overview' tool interface. The interface is a grid of input fields for creating a persona. The top bar is blue with navigation and social media icons. The main content area is white with a blue header. The grid includes fields for Name, Age, Highest Level of Education, Preferred Method of Communication, Tools They Need to Do Their Job, Job Responsibilities, Their Job is Measured By, Reports to, Goals or Objectives, and Social Networks. A 'Save' button and a 'Download/Export' button are visible at the top right of the grid.

# Experience journey.

Iedereen doorloopt z'n eigen unieke reis tot aankoop, een bezoek of een activiteit. Deze 'klantreis', customer journey of - omdat het niet altijd om een klant gaat, maar ook patiënt, reiziger of sollicitant - **experience journey**, brengt een persoon met z'n vraag, probleem, behoefte of kansen voor verbetering via verschillende fases naar jou, de oplosser.

Deze fases lopen gelijk aan de eerder benoemde funnel, het flywheel en de lifecycle stages. We bekijken de experience journey vanuit de klant, welke de volgende fases doorloopt:



- **Awareness:** In deze fase heeft de persoon gerealiseerd dat hij een probleem, vraag of kans voor verbetering/verandering heeft.
- **Consideration:** In de consideration fase heeft deze persoon het probleem duidelijk gedefinieerd.
- **Decision:** In de decision stap heeft de lead een oplossing, methode of de juiste aanpak gevonden voor zijn probleem.
- **Experience:** In deze fase gebruikt de lead de gekozen oplossing of past de gekozen aanpak toe.
- **Promote:** De gebruiker is zo enthousiast over de oplossing dat hij in deze laatste fase andere mensen ook laat weten hierover.

Maar hoe zorg je ervoor dat elk persoon uit jouw doelgroep deze stappen doorloopt en uiteindelijk een ware brand ambassador wordt van jouw merk? Met ons experience journey framework breng je in kaart welke vragen, problemen of kansen zij in elke stap van de experience journey tegenkomen en welke touchpoints ze hierbij hebben. Breng deze twee elementen bij elkaar, en je komt tot een strategie welke je tot leven kunt brengen met HubSpot. Hoe? Lees gerust verder ;)

**Tip!**

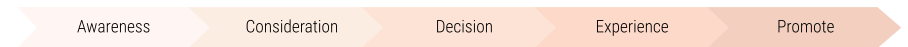
Ontdek de vragen die je doelgroep heeft met de [Answer The Public tool](#)!

**Tip!**

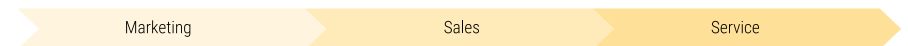
Meteen aan de slag met het creëren van relevante content waar je doelgroep naar verlangt? Download het [Experience Journey Framework!](#)



PERSONA



- Welke vragen heeft je doelgroep in elke stap van de journey?
- Welke touchpoints hebben zij?



- Welke content & functionaliteiten passen bij deze vragen en touchpoints?
- Welke keywords zullen zij gebruiken?

# Lead scoring.

Marketing Hub Professional &amp; Enterprise

Sales Hub Professional &amp; Enterprise

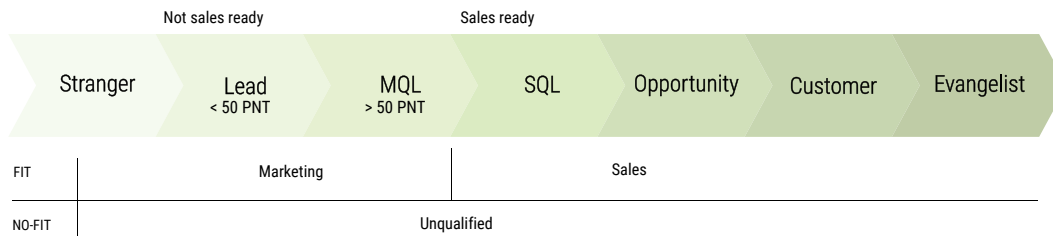
Service Hub Professional &amp; Enterprise

**Lead scoring is één van de manieren om te achterhalen in welke mate een lead een daadwerkelijke fit is met jouw bedrijf en of ze sales-ready zijn of niet.**

Met lead scoring geef je elk gedrag en iedere actie die een lead kan nemen op jouw platform een bepaald aantal punten. Denk bijvoorbeeld aan het inschrijven voor een nieuwsbrief, het downloaden van interessante e-books (zoals deze) of het aanvragen van een demo.

Zo zie je dat leads die echt geïnteresseerd zijn in je merk, product of dienst dat zij een hoger aantal punten hebben en daarmee een betere fit zijn met jouw bedrijf. Het is de taak van marketing om waardevolle leads te nurtureren door meer relevante content te sturen en onbekende leads te profileren. Wanneer een lead genoeg punten heeft en door marketing gekwalificeerd is, is het aan sales om deze leads op te volgen.

Jij bepaald zelf welk aantal punten een lead interessant maakt voor je bedrijf en dus lead fit is.

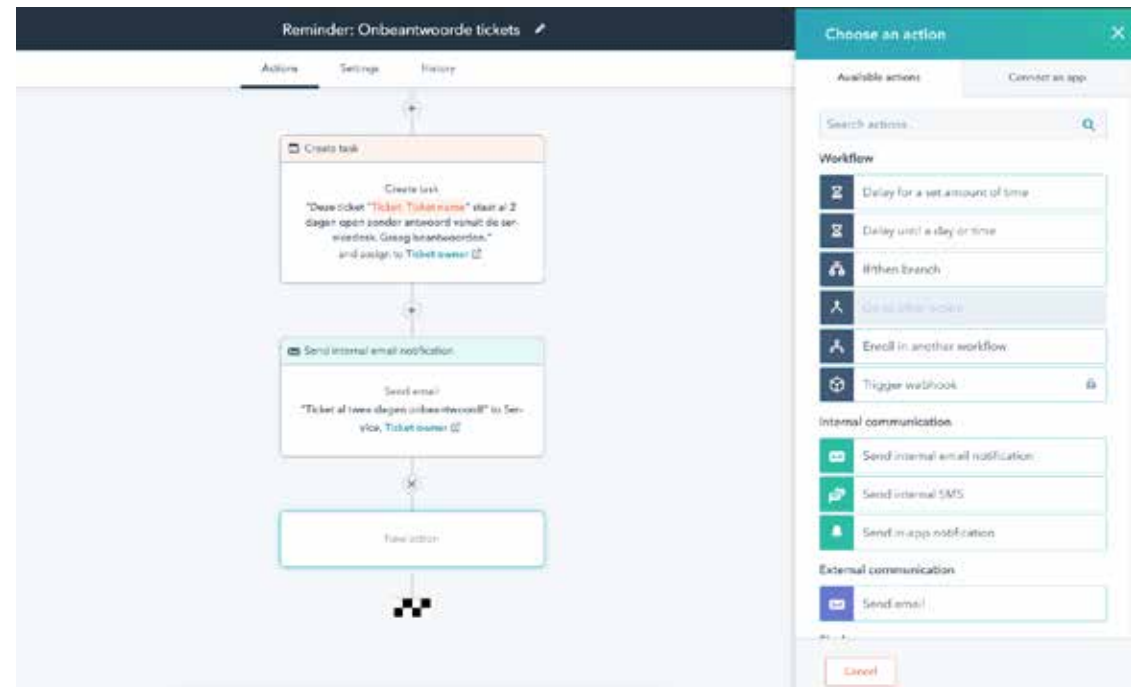


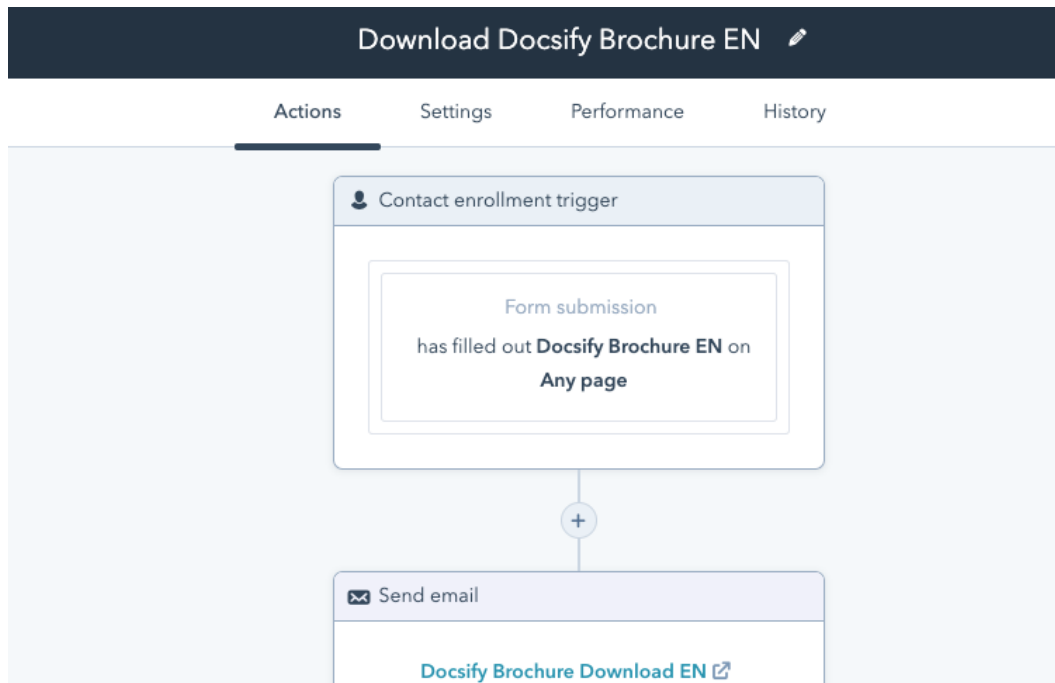
# Automation.

Als **marketing automation** platform is het automatiseren van marketing, sales en service activiteiten een essentieel onderdeel in HubSpot.

Denk aan het automatiseren van follow-ups, zowel binnen marketing als sales, als het automatiseren van service tickets die binnen komen, het verwijzen van de chatbot naar de juiste afdeling of het kwalificeren van je leads.

Binnen HubSpot zijn er twee manieren om te automatiseren: workflows en sequences.





# Workflows.

Marketing Hub Professional & Enterprise

Sales Hub Professional & Enterprise

Service Hub Professional & Enterprise

Met workflows kun je vrijwel alles automatiseren, zolang je het maar goed inricht. Denk bijvoorbeeld aan het versturen van getimedede e-mails nadat iemand iets gedownload heeft.

Laat tickets automatisch de juiste status krijgen wanneer je servicedesk of je klant reageert of het ticket opgelost is. Met workflows zorg je daarnaast ervoor dat tickets direct bij de juiste afdeling en in de juiste taal terecht komen, zodat jouw klanten de hulp krijgen die zij verdienen.

Tenslotte kun je workflows voor sales instellen zodat zij altijd herinnerd worden aan openstaande deals, het verlengen van contracten of opnieuw interessante leads kunnen benaderen die eerder nog niet *sales ready* waren.

# Sequences.

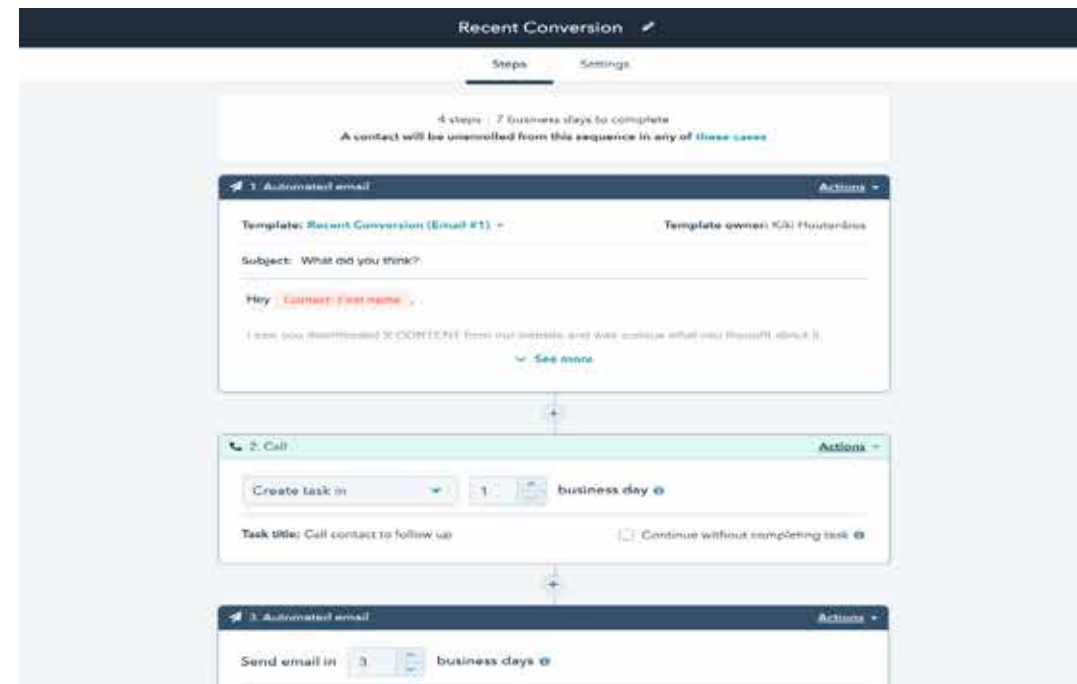
Sales Hub Professional &amp; Enterprise

Service Hub Professional &amp; Enterprise

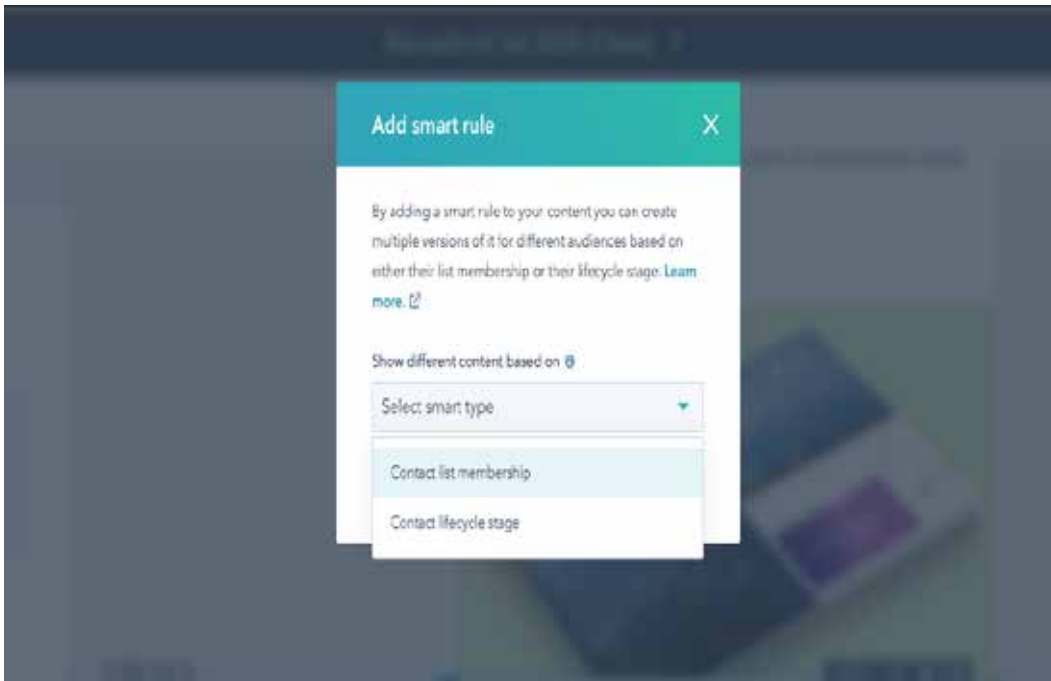
Sequences zijn voornamelijk voor je sales en service team interessant en dat is ook waar je dit onderdeel kunt vinden: in de Sales en Service Hub.

Sequences gaan over één-op-één contact en richten zich heel gericht op het winnen van een deal. Nadat marketing de leads heeft warm gemaakt, is het aan sales de taak om deze leads te kwalificeren tot opportunities. Dit doe je door getimed e-mails te sturen, of door automatisch taken in te stellen die je herinneren om een lead op te volgen.

Het verschil tussen sequences en workflows is dat sequences heel gericht op leads en één-op-één contact is, terwijl workflows heel breed ingesteld kunnen worden. Daarnaast is het handige aan sequences dat als mensen reageren op een e-mail of een meeting boeken, zij automatisch uit de sequence gehaald worden. Ze hebben per slot van rekening datgene gedaan wat jij wilde, en zijn daarmee een stap verder in de sales funnel gekomen.







# Personalisatie.

We hebben het hiervoor al genoeg gehad over het verkrijgen van data, maar wat kun je hier nou precies mee? Data is een essentieel onderdeel voor het personaliseren van je marketing, sales en service uitingen. En personalisatie is weer cruciaal voor het perfect aansluiten op je doelgroep om ze zo goed mogelijk te helpen met hun experience journey. Maar wat verstaan we precies onder personalisatie en contextuele marketing?

## Het verbeteren van hun algoritme heeft Netflix zelfs \$1 miljard bespaard

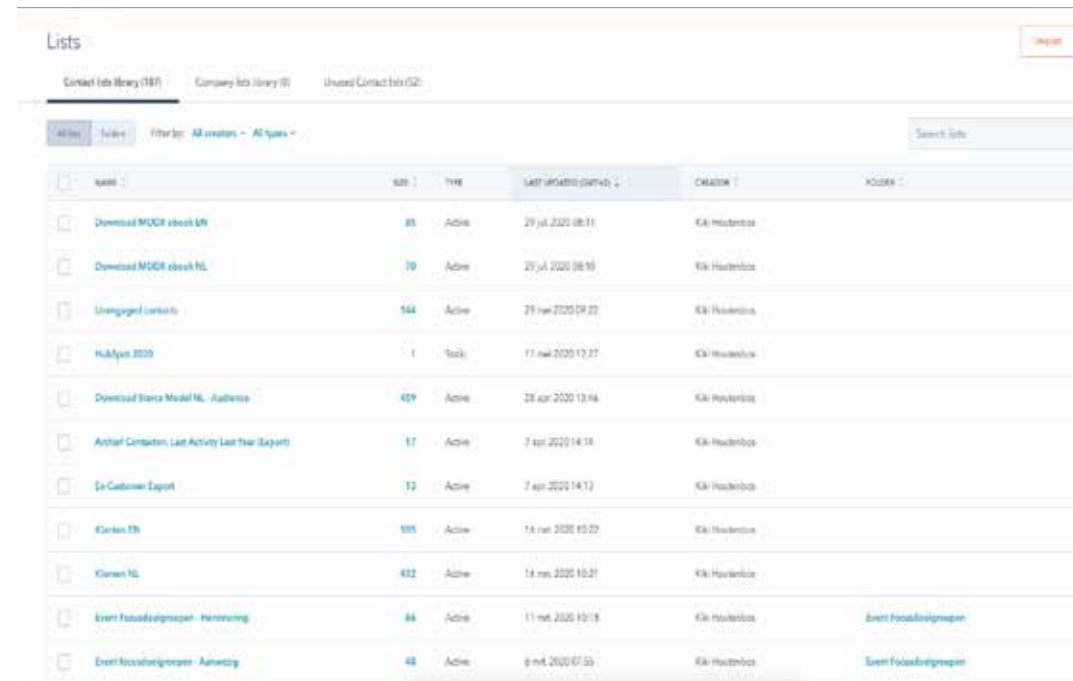
**Personalisatie** is allang niet meer beperkt tot de persoonlijke begroeting aan het begin van een e-mail of nieuwsbrief. Personalisatie gaat zelfs zo ver dat je je **hele digitale platform kunt aanpassen** aan de gebruiker. Kijk maar eens naar platforms als Netflix, Spotify en Amazon. Zij geven al jaren gepersonaliseerde aanbevelingen voor films, muziek en producten. En met succes: door het verbeteren van hun algoritme vinden gebruikers van Netflix sneller een film die bij hen past. Dit heeft Netflix zelfs \$ 1 miljard bespaard<sup>1</sup>.

# CRM.

**De krachtige Customer Relationship Management tool is de basis van HubSpot. Hier wordt alle data en interacties van alle contacten, maar ook van bedrijven automatisch in opgeslagen.**

Je hoeft dus niet meer verschillende tools te gebruiken om dit bij te houden en iedereen die toegang heeft kan zien wat er al bekend is van een contact. Zo kun je dus eenvoudig met je team samenwerken om zo elk contact de beste ervaring ooit te bieden.

Met het CRM creëer je dynamische en statische lijsten waarmee je al je contacten en companies eenvoudig kunt filteren op basis van het bedrijf waar ze werken, bedrijfsgrootte, omzet per jaar, welke lifecycle stage ze zijn en nog veel meer.



The screenshot shows the 'Lists' page in HubSpot CRM. It features a table with columns for Name, Size, Type, Last Updated (period), Creator, and Folder. The table lists various contact lists, including 'Download MDR about BR', 'Download MDR about NL', 'Uitgegeven contacten', 'HubSpot 2020', 'Download State Model NL - Audience', 'Archief Contacten, Last Activity Last Year (Export)', 'Ex-Customer Export', 'Klanten BR', 'Klanten NL', 'Event Focusbijeen - Herenring', and 'Event Focusbijeen - Aanslag'. Each row includes a checkbox for selection and a 'Details' link.

Name	Size	Type	Last Updated (period)	Creator	Folder
Download MDR about BR	85	Active	29 jul 2020 08:31	Ka Hubspot	
Download MDR about NL	70	Active	29 jul 2020 08:30	Ka Hubspot	
Uitgegeven contacten	164	Active	29 mei 2020 09:22	Ka Hubspot	
HubSpot 2020	1	Static	11 mei 2020 12:27	Ka Hubspot	
Download State Model NL - Audience	409	Active	23 apr 2020 13:46	Ka Hubspot	
Archief Contacten, Last Activity Last Year (Export)	17	Active	7 apr 2020 14:16	Ka Hubspot	
Ex-Customer Export	12	Active	7 apr 2020 14:13	Ka Hubspot	
Klanten BR	595	Active	13 mei 2020 10:22	Ka Hubspot	
Klanten NL	432	Active	13 mei 2020 10:21	Ka Hubspot	
Event Focusbijeen - Herenring	84	Active	11 mei 2020 10:18	Ka Hubspot	Event Focusbijeen
Event Focusbijeen - Aanslag	48	Active	9 mei 2020 07:55	Ka Hubspot	Event Focusbijeen

# Contacts & Companies.

Contacts  
All contacts

# All contacts + # My contacts # Unassigned contacts + Add view All views

sterc X Contact owner + Create date + Last activity date + Lead status + More filters

	NAME	LIFECYCLE STAGE	PERSONA	ASSOCIATED COMPANY	COMPANY SIZE
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (New Lead)	Customer	-	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (2)	Customer	-	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (3)	Other	-	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (4)	Other	-	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (5)	Other	Developer	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (6)	Other	-	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (7)	Other	Marketing Medewerker	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (8)	Other	-	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (9)	Other	Overig	Sterc	-
<input type="checkbox"/>	André van de Walle (10)	Other	Developer	Sterc	-

Binnen HubSpot kun je zowel losse contacten als de bedrijven waar zij werken managen. In elk contact en company record zie je welke interacties er zijn geweest en informatie over het contact of het bedrijf zelf. Bekijk welke mails zijn gestuurd, ontvangen, gelezen en geklikt, in welke lijsten staan ze, zijn ze ingeschreven voor je nieuwsbrief, welke pagina's bekijken ze, welke formulieren zijn ingevuld, welke deals zijn er aangemaakt en nog veel meer. Je kunt deze informatie zo ver als jij wilt uitbreiden met alles wat jij relevant vindt om zo goed mogelijk bezig te gaan met jouw inbound strategie.

Contacten en bedrijven kun je ook weer eenvoudig filteren zodat je gemakkelijk een groep bedrijven of contacten kunt selecteren, hier eigenschappen of properties van kunt aanpassen, ze in- en uitschrijven van je nieuwsbrief of ze snel toevoegen aan een lijst.

### Tip!

Soms komt een contact of company meerdere keren voor in je CRM. HubSpot geeft je de mogelijkheid om contacten en companies te mergen. Let hierbij wel op dat alleen de properties van het contact dat je wilt behouden blijven staan. Interacties worden wel samengevoegd in één record.

# Lists.

Lijsten kennen we allemaal wel. In HubSpot kun je twee soorten lijsten maken: active lists en static lists, ofwel dynamische en statische lijsten.

## Active lists

Active lists zijn lijsten die automatisch bijwerken wanneer contacten voldoen aan de gestelde eisen. Stel filters in en zie in één oogopslag welke contacten een bepaald formulier hebben ingevuld, in welke industrie zij werkzaam zijn of een specifieke persona hebben.

## Static lists

Statische lijsten zijn lijsten die alleen de contacten die op het moment van creëren aan de criteria voldoen in de lijst zet en dus niet automatisch geüpdate worden. Zodra je de filters hebt ingesteld en de lijst hebt aangemaakt, wordt de lijst nooit meer bijgewerkt. Wel kun je aan deze lijsten handmatig zelf contacten toevoegen, zodat de lijst toch volledig en bruikbaar is.

## Tip!

Lists zijn ontzettend handig voor evenementen. Creëer met alle teams een genodigdenlijst (static list), waar handmatig contacten aan toegevoegd en verwijderd kunnen worden. Nadat de uitnodiging met link naar het formulier is verstuurd, komen automatisch de contacten die geïnteresseerd zijn om te komen in een active list terecht. Super handig en je ziet direct welke contacten nog een reminder nodig hebben, wie geen interesse en je kunt je direct inlezen over de aanwezige personen tijdens het event. Nooit meer ongemakkelijke babbels over het weer!



**Marketing.**

# Marketing.

**Het eerste team en daarmee de eerste Hub waarmee we aan de slag gaan is marketing. Binnen HubSpot heb je Marketing Hub Starter, Professional en Enterprise, maar je kunt een aantal tools ook gratis gebruiken.**

Marketing is essentieel om het flywheel aan te draaien, door met social media posts, mailing, content pagina's, downloads en nog veel meer interessante leads aan te trekken. Als de leads dan gegenereerd zijn, worden ze eerst door marketing gekwalificeerd om zo bij sales alleen die leads toe te laten die ook echt interessant en voldoende genurtured zijn. Oftewel marketing heeft ze warm gehouden en klaar gemaakt voor de volgende stap: sales.

En als het flywheel eenmaal lekker op gang is, kan marketing zijn aandacht verschuiven naar wat minder voor de hand liggende marketing activiteiten, zoals personalisatie en contextuele marketing. Om zo bestaande klanten steeds beter te helpen en nieuwe leads te blijven aantrekken.

Ontdek de Marketing Hub:

- Ga aan de slag met marketing automation, en automatiseer herhalende marketing taken
- Nuture je leads en verstuur de juiste content op precies het juiste moment
- Ontdek wie je web bezoekers zijn en waar zij naar zoeken en zorg voor unieke ervaringen met personalisatie
- Beheer je social media, digitale advertenties, landingspagina's en e-mails op één plek
- Genereer leads met krachtige calls-to-action en formulieren
- Kwalificeer leads en stuur alleen diegene door naar je sales team die er klaar voor zijn
- Ontdek hoe je marketingacties presteren en waar jij nog verder kan optimaliseren

Alle features van Marketing Hub Starter, Professional en Enterprise ontdekken? Ga dan naar [sterc.nl/blog/marketing-hub](https://sterc.nl/blog/marketing-hub)

# Dashboarding & Reporting.

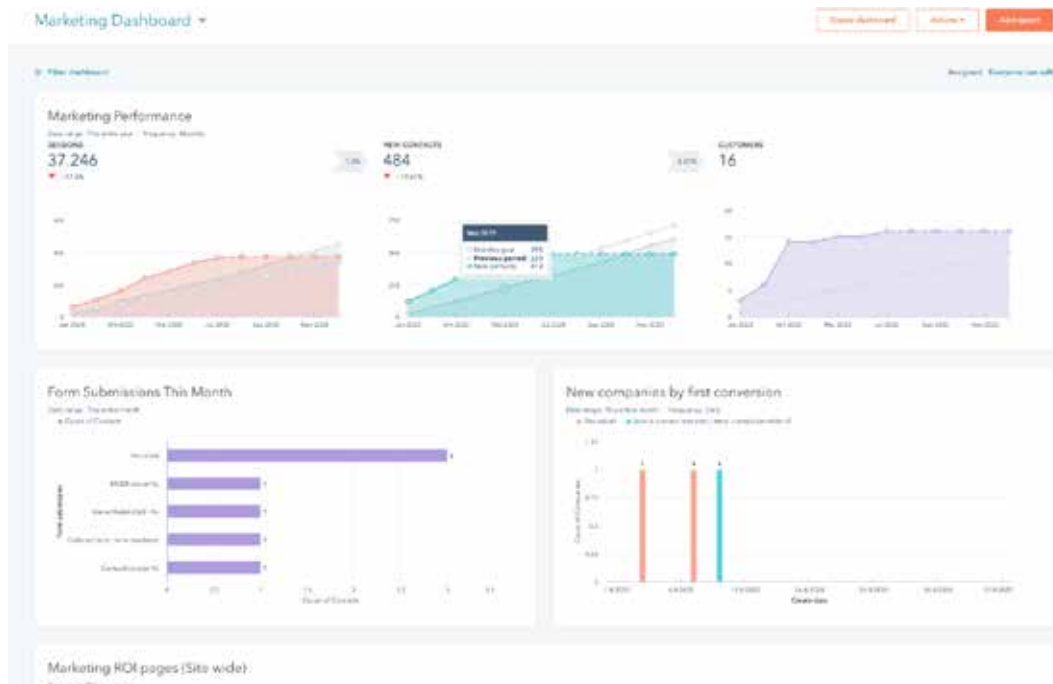
Om inzicht te krijgen in hoe je marketing team presteert is het marketing dashboard essentieel.

Als jij een member bent van het marketing team, dan is dit na inloggen het eerste scherm waar jij op belandt. Aan dit dashboard kun je alle reports toevoegen die jij belangrijk vindt of, als deze er niet zijn, je eigen custom report maken. Zo heb je altijd direct inzicht in hoe het ervoor staat met de marketingdoelen, marketingbudget en strategie.

Reports die je aan je marketing dashboard kunt toevoegen zijn: een report die laat zien welke formulieren zijn ingevuld, welke ebooks gedownload zijn, hoe je e-mails presteren, waar je bezoekers vandaan komen, en nog veel meer.

## Tip!

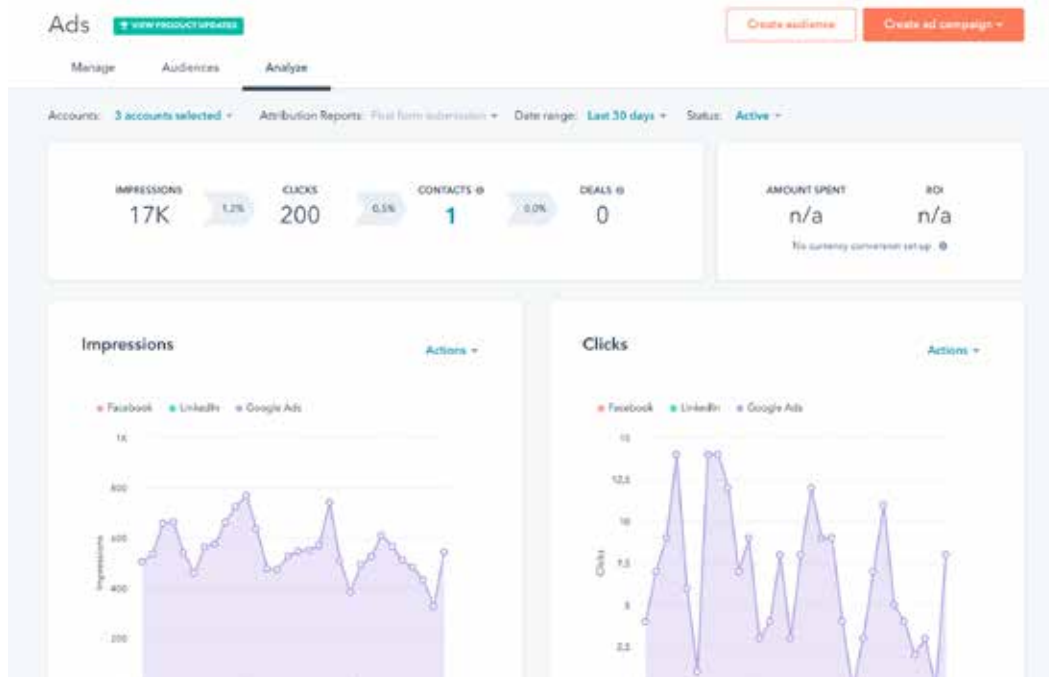
Het totale inzicht van de Return On Investment (ROI) is het unieke van HubSpot. Je kunt uiteindelijk echt kijken wat elke euro heeft opgeleverd.





# Advertenties.

**Koppel advertentienetwerken met je HubSpot account en krijg direct in HubSpot te zien hoe je advertenties presteren, welke audiences er zijn, nieuwe audiences creëren en je advertenties beheren.**



Door je Google Ads, Bing Ads en social ads - zoals Facebook en LinkedIn - te koppelen met je HubSpot account, kun je zien welke campagnes momenteel lopen en hoe deze presteren. Zo zie je hoe vaak je advertenties weergegeven zijn, hoeveel clicks ze hebben opgeleverd, hoeveel nieuwe contacten hieruit gekomen zijn en uiteindelijk hoeveel deals gesloten zijn. Met deze reports krijg je een duidelijk beeld van hoe je funnel eruit ziet, en in welke stap van de funnel je moet verbeteren.

Je kunt ook je Google campagnes direct vanuit je HubSpot account aanpassen: Verander de namen, het budget, start en eind tijden en voeg nieuwe keywords toe of verwijder deze.

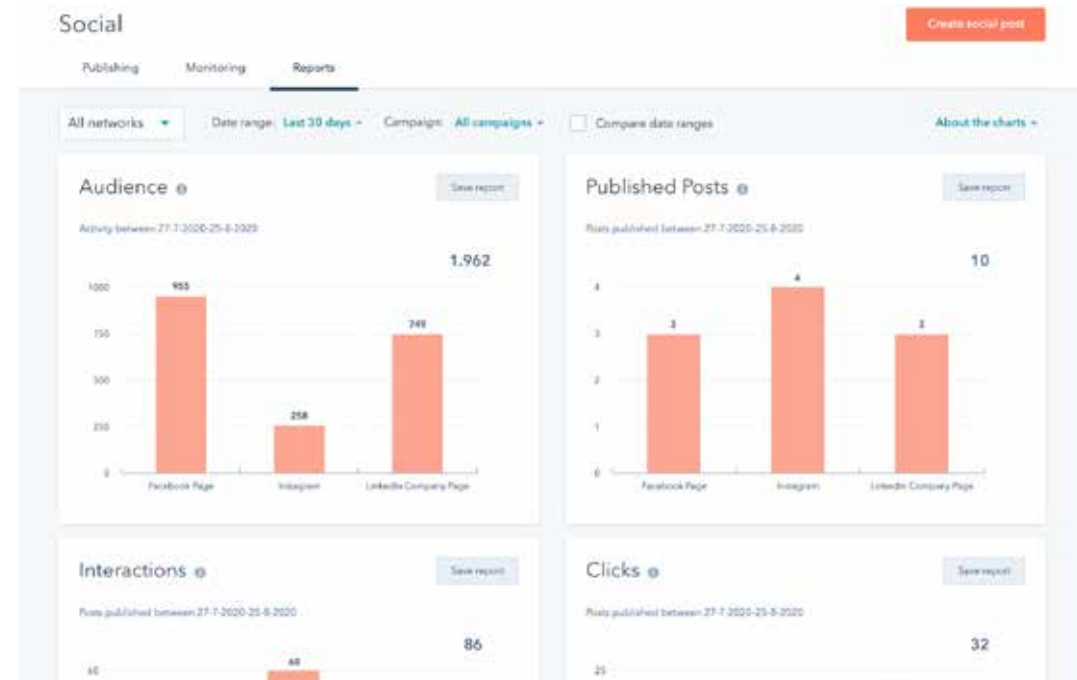
Je kunt ook automatisering toevoegen en contacten die vanuit Google Ads in je CRM zijn gekomen direct in een nieuwe lijst te zetten, zodat jij deze mensen weer specifieke content kunt sturen.

# Social.

**Social media is essentieel om zichtbaar te worden voor je doelgroep. Daarom kun jij je social accounts met HubSpot koppelen en zo je posts beheren, creëren en delen.**

Door je social accounts met je HubSpot account te koppelen hoef je nooit meer tussen de verschillende accounts te wisselen. Met HubSpot creëer met één klik op de knop nieuwe posts voor elk kanaal, plan je deze in en bekijkt hoe ze presteren.

Daarnaast voeg je je social posts snel toe aan je campagnes, zodat je ziet wat de bijdrage is van je social media voor je verschillende campagnes.



# Leads genereren & Profileren.

**Het genereren en kwalificeren van leads is essentieel binnen HubSpot en dit platform biedt dan ook genoeg tools om jou te helpen met het omvormen van websitebezoekers tot waardevolle klanten.**

De eerste stap is het binnenhalen van leads. Dit is het moment waar jij je kennis kunt laten zien aan de wereld, om zo de bezoekers van je website te helpen met het vinden van hun antwoord. Dat kun je doen aan de hand van krachtige e-books, uitgebreide pillar pages, een kennisbank van blog artikelen en FAQ-pagina's.

Vervolgens kom je met behulp van formulieren meer te weten over de bezoekers van de pagina, zodat jij ze in de toekomst met behulp van mailings en personalisatie nog beter kunt helpen en inspelen op waar zij behoefte aan hebben.

## Download HubSpot guide.

Voornaam\*

E-mail (werk e-mail)\*

Welke rol heb jij?\*

Selecteer 

Bekijk hier hoe wij omgaan met jouw [privacy](#).

**Download!**

# Formulieren.

Om website bezoekers in leads te veranderen, heb je iets nodig waar zij hun contactinformatie achter kunnen laten. Formulieren zijn hiervoor ideaal en kunnen voor verschillende doeleinden ingezet worden.

Denk bijvoorbeeld aan het inschrijven voor je nieuwsbrief, een bel mij terug formulier, een download formulier of pop-up formulier. En het beste van dit alles: HubSpot slaat alle data automatisch op in z'n CRM tool, zodat jij het weer kunt inzetten voor het nurturen van leads en personaliseren van content. Zo blijven contacten betrokken bij je merk, en zorg jij ervoor dat ze blijven terugkeren.

## Drag & drop

In HubSpot kun je in no-time een formulier maken. Door middel van drag & drop sleep je de vragen bovenop elkaar, voeg je nieuwe vragen toe, verwissel je de volgorde of haal je ze uit het formulier vandaan. HubSpot heeft zelfs al een aantal templates klaargezet die jou op weg helpen met het opstellen van een formulier.

The screenshot shows the HubSpot Form Builder interface. At the top, there's a navigation bar with 'Back to all forms', the form title 'HubSpot Guide Download', and a status indicator 'Auto-saved with unpublished changes'. Below the navigation bar, there are tabs for 'Form', 'Follow-up', 'Options', and 'Style & preview'. The main workspace is divided into two panels. The left panel, titled 'ADD FORM FIELD', contains a search bar and a list of 'CONTACT PROPERTIES' including 'First name', 'Last name', 'Email', 'Phone number', 'Street address', 'City', 'State/Region', 'Country/Region', 'Mobile phone number', and 'Company name'. The right panel shows a preview of the form with these fields arranged vertically. A 'Download' button is located at the bottom of the form preview.

# Progressive profiling.

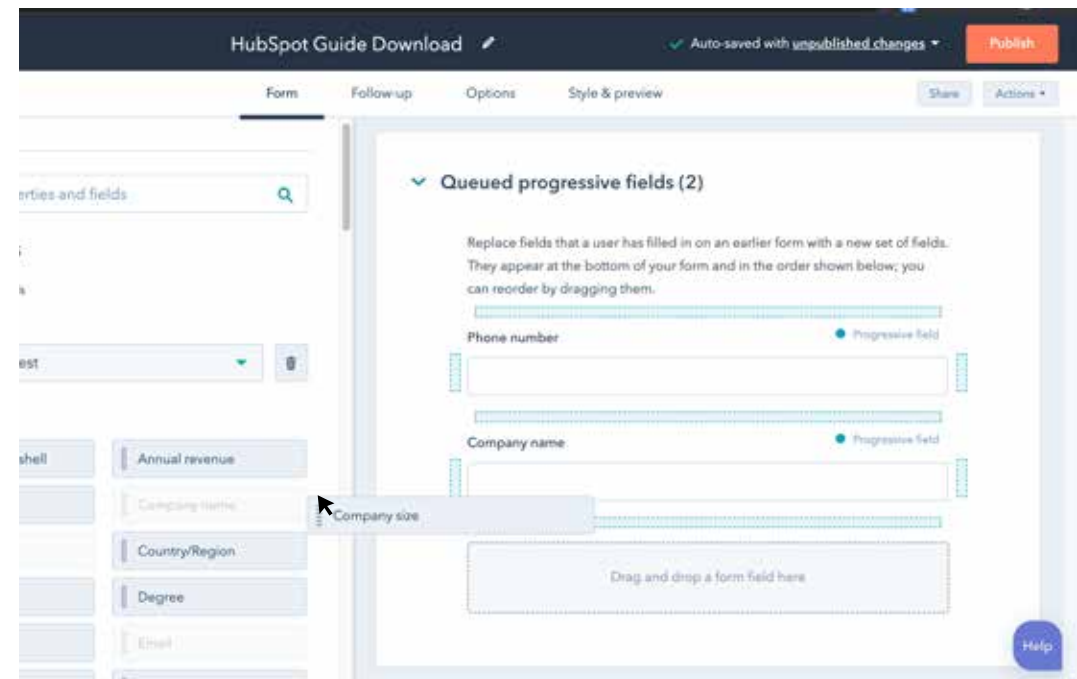
Marketing Hub Professional &amp; Enterprise

CMS Hub Professional &amp; Enterprise

Het handige van HubSpots formulieren is dat je ze progressief kunt maken. Dit betekent dat je extra vragen aan een formulier toevoegt, die alleen zichtbaar zijn voor degene waarvan het antwoord op de eerdere vragen al bekend is.

Zo vult een bezoeker de eerste keer bijvoorbeeld alleen zijn voornaam en e-mailadres in en kun je hem de volgende keer vragen naar zijn rol in het team, of de organisatie waar hij voor werkt.

Door middel van progressive profiling zorg je ervoor dat jij je leads steeds beter leert kennen, zodat je ze in de toekomst beter kunt helpen. Daarnaast helpt progressive profiling jou een duidelijk profiel van iemand opstellen, zodat jij erachter kunt komen of een lead interessant is voor jouw organisatie, of dat je beter je focus kunt weerleggen.



# Pop-up formulieren.

Pop-up formulieren zijn formulieren die - zoals de naam al zegt - in het scherm oppoppen. Met dezelfde eenvoud als het opstellen van formulieren kun je ook pop-up formulieren in een mum van tijd in elkaar slepen.

Stel in of je deze formulieren linksonder, rechtsonder, boven in of in het midden van het scherm wilt laten verschijnen en pak de aandacht. Vervolgens kun je eenvoudig een follow-up e-mail instellen waarin de download staat, of leads opvolgen met meerdere mails met interessante informatie die er ook bijhoort.

## **Tip!**

Maak je ook gebruik van HubSpots chat? Vaak verschijnt deze chat rechts onderin het scherm. Om ook gebruik te maken van pop-up formulieren, dien je deze op een andere plek dan rechts onderin te zetten, anders verschijnt de pop-up niet.



**Alles te weten komen over  
HubSpot?**

Download The Ultimate HubSpot Guide!

Download

# CTA's.

Marketing Hub Professional &amp; Enterprise

CMS Hub Professional &amp; Enterprise

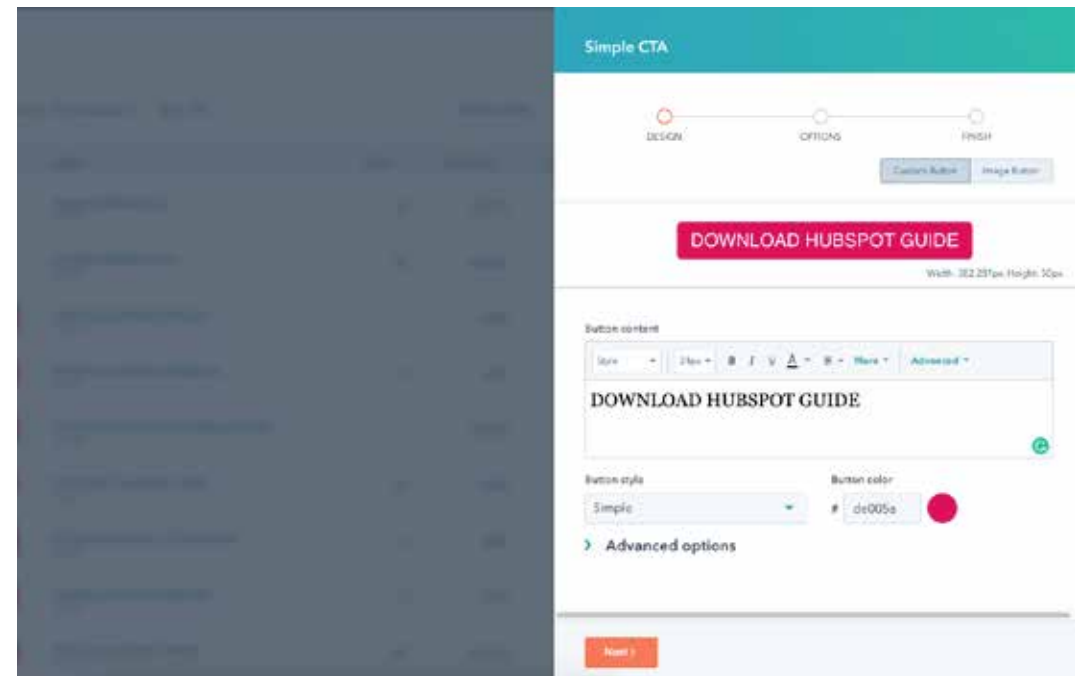
Legacy Marketing Hub Basic

Om ervoor te zorgen dat websitebezoekers gewenste acties uitvoeren, zijn call to actions ideaal. Met call to actions stuur je bezoekers snel en eenvoudig naar de juiste pagina of naar een andere plek op dezelfde pagina, bijvoorbeeld naar het formulier.

Met HubSpot creëer je CTA's in secondes. Creëer je eigen knop, plaats een simpele link of vorm een afbeelding om tot CTA, en plaats de CTA eenvoudig in je digitale platform.

HubSpot biedt ook handige tools voor het personaliseren en testen van CTA's. Met gepersonaliseerde call to actions, laat je de verschillende bezoekers van je website een andere CTA zien op basis van persona, branche, lifecycle stage, grootte van de organisatie en nog veel meer. Zo laat je bijvoorbeeld nieuwe bezoekers een CTA zien voor offerte aanvraag of meer informatie en klanten laat je een support aanvraag knop zien. Zo komt elke bezoeker van je website snel bij de juiste informatie, én dat is precies wat ze willen.

Weet je niet welke CTA het beste werkt? Met HubSpots A/B testing tool weet je wat het beste werkt qua design, tekst, bestemmingspagina, etc.





# Planning & Strategy.

**Het creëren van een gedetailleerd plan voor je Inbound marketing en sales is essentieel om tot online succes te komen. Met de Planning & Strategy tooling werk jij je strategie uit in HubSpot, zodat je gehele marketing team weet waar de focus ligt.**

Binnen HubSpot kun je aan de slag gaan met het opzetten van campagnes, waar je de verschillende marketing kanalen laat samenkomen op één plek. Daarnaast geeft de SEO tool aanbevelingen voor content die aansluit op je bestaande content, zodat jij nog beter gevonden wordt. Tenslotte helpt de Projects tool je met de project management kant van het verhaal: het aanmaken van projecten, het toevoegen van team members en het creëren van taken met deadlines.

Met de Planning & Strategy tooling ben jij er zeker van dat iedereen in je team weet waar je naartoe werkt en dat deadlines worden behaald.

# Campaigns.

Marketing Hub Professional & Enterprise

Met HubSpots Campaigns zie je in één oogopslag hoe je marketing team presteert. Per campagne kun je zien welke doelen behaald worden en waar nog wat meer focus op moet liggen.

Aan iedere campagne kun je elk stukje content toevoegen: formulieren, CTA's, social posts, blog posts, marketing e-mails, landingspagina's en workflows. Zo komen alle resultaten samen, en zie je direct waar je nog kunt verbeteren.

## **Tip!**

Je kunt alleen blog posts en landingspagina's toevoegen die in HubSpot zijn aangemaakt.

## **Tip!**

Voeg meteen al je marketing acties toe aan je campagnes, zodat je direct alle data opvangt. Je kunt namelijk geen eerder verkregen data ophalen in campagnes.

## **Tip!**

Zorg ervoor dat je je campagne direct de juiste naam geeft, deze kun je later niet aanpassen. Voeg de periode toe als je dezelfde campagne vaker gebruikt.

# SEO.

Marketing Hub Professional &amp; Enterprise

CMS Hub Professional &amp; Enterprise

Met HubSpots SEO tool krijg je aanbevelingen om zo je organisatie nog beter online vindbaar te maken. Bekijk welke pagina's je moet updaten, welke content gedupliceerd lijkt of welke pagina's wat uitbreiding nodig hebben.

Zoekmachines hechten namelijk waarde aan web platformen die georganiseerd zijn op basis van specifieke onderwerpen. HubSpot laat zien welke content nog meer relevant is voor jouw onderwerpen op basis van concurrentie, relevantie en populariteit.

Voor Sterc zijn onderwerpen als MODX en Strategie relevant om ons op te focussen. Wij maken van deze pagina's dan ook uitgebreide pagina's, ook wel pillar pages genoemd. Op deze pillar pages staan weer links naar de pagina's - landingspagina's of blog artikelen - die zich op een subonderwerp richten. Met HubSpot cluster je deze content eenvoudig bij elkaar en krijg je inzichtelijk hoe goed je *topic* presteert.



# Projects.

Marketing Hub Professional &amp; Enterprise

Sales Hub Professional &amp; Enterprise

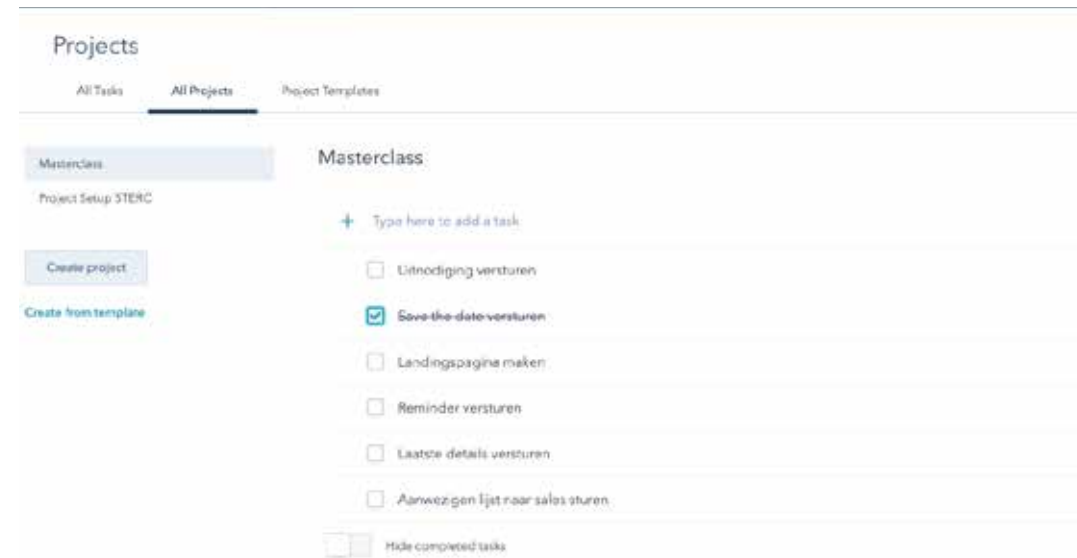
Service Hub Professional &amp; Enterprise

CMS Hub Professional &amp; Enterprise

Projects zijn ideaal als je met meerdere mensen samenwerkt aan één project en zorgt ervoor dat een marketing managers overzicht houden in alle marketing campagnes.

Maak een project aan, voeg een beschrijving, essentiële bestanden en de bijbehorende team members toe en ga samen overzichtelijk aan de slag met het project.

Met Projects creëer je eenvoudig taken en subtaken en wijs je deze toe aan jezelf of je teamleden. Voeg een deadline toe aan elke taak en je bent er zeker van dat elk project op tijd afkomt.



**ABM.** ●



# Account-Based Marketing.

Marketing Hub Professional & Enterprise

Sales Hub Professional & Enterprise

**Account-Based Marketing is de nieuwste feature van HubSpots Marketing Hub waarbij marketing en sales samenwerken om specifieke, hoogwaardige bedrijven aan te trekken. Je ABM strategie kan bovenop je inbound marketing activiteiten gedaan worden, zodat je hyper persoonlijke content kunt creëren voor elk target account.**

Je kunt ABM zien als de vissport. Normaal gesproken ga je vissen en vang je wat je vangt. Met ABM ga je specifiek richten op één bepaalde vissoort die je wilt vangen. In plaats van eerst te vangen en dan te kiezen, ga je kiezen wat je vangt.

ABM is handig als je jezelf kunt vinden in één van de volgende situaties:

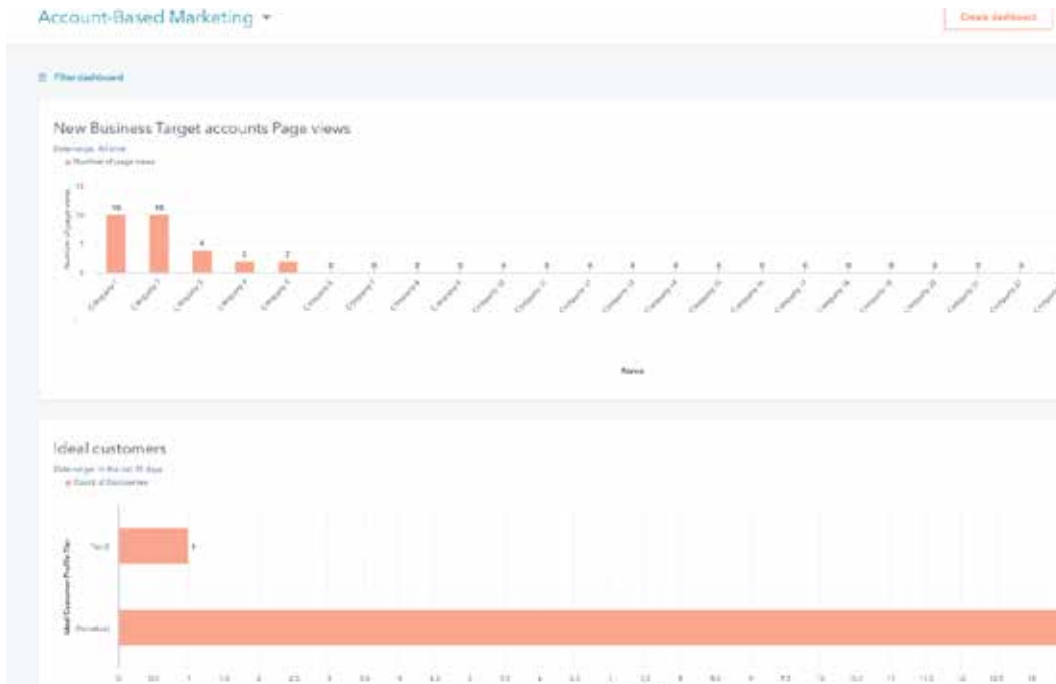
- Het product of de dienst die je verkoopt kost veel
- Je hebt geen oneindige hoeveelheid aan prospects/klanten
- Je verkoopt aan een account met meerdere stakeholders

Ontdek Account-Based Marketing:

- Focus je op high-value accounts en gebruik reports om te zien hoe je presteert
- Ontdek de belangen van iedere stakeholder die onderdeel uitmaakt van het sales proces
- Personaliseer op basis van verschillende buyer roles
- Overtuig iedere stakeholder en verander prospects in hoogwaardige klanten

# Dashboarding & Reporting.

ABM is de plek waar marketing en sales samenkomen, dezelfde tooling gebruiken en dezelfde resultaten kunnen bekijken. Voor zowel marketing als sales als management heeft HubSpot een ABM dashboard samengesteld die laat zien hoe het met je target accounts gaat en de activiteiten presteren.



Deze vele reports laten zien waar elk target account naar zoekt, hoe goed je marketing en sales presteert en hoe goed je bestaande accounts matchen met je Ideal Customer Profile. Op deze manier kunnen jij en teams kijken naar waar elk account behoefte aan heeft, zodat jij hier op in kunt spelen of je processen nog verder kunt optimaliseren. En is er een report dat jij nog handig vindt om te hebben maar niet kunt vinden, dan kun je natuurlijk altijd een *custom report* maken die beter aansluit.

# Ideal customer profile.

**Met ABM richt je je dus op specifieke accounts. Om te specificeren waarop je je gaat focussen is het Ideal Customer Profile gecreëerd, oftewel het profiel van je ideale klant. Samen met marketing en sales team stel je dit profiel op, om zo te besluiten wie jouw target accounts worden.**

Je kunt het Ideal Customer Profile opstellen door te kijken naar de volgende punten:

- Welke hoogwaardige accounts trekken jouw inbound kanalen nu al aan?
- Welke open deals wil je sneller laten bewegen - de sales cycle korter van maken?
- Wat zijn de 10 grootste deals die je recent hebt gesloten? Kun je hier nog meer waarde aan toevoegen?
- Welke eigenschappen hebben je meest succesvolle klanten met elkaar gemeen? Kun je nog meer bedrijven vinden met dezelfde eigenschappen?

Oftewel je kijkt naar demografische, firmografische en technografische gegevens.

Vervolgens kun je HubSpot's Prospects tool gebruiken om te zien welke organisaties die nog geen klant bij je zijn nu al binnen jouw Ideal Customer Profile passen. Daarnaast zie je binnen deze tool, op basis van IP adres, hoe vaak mensen in een organisatie jouw website bezocht hebben. Ook kun je met data van HubSpot zien hoeveel omzet een bedrijf al heeft, zodat je weet of ze klaar zijn om benaderd te worden en het budget hebben om met jou in zee te gaan.

## **Let op!**

HubSpots data werkt minder goed voor Nederlandse bedrijven en beter bij internationale bedrijven. Mocht je je focussen op de Nederlandse markt, probeer dan na te gaan of de data die HubSpot toont klopt.



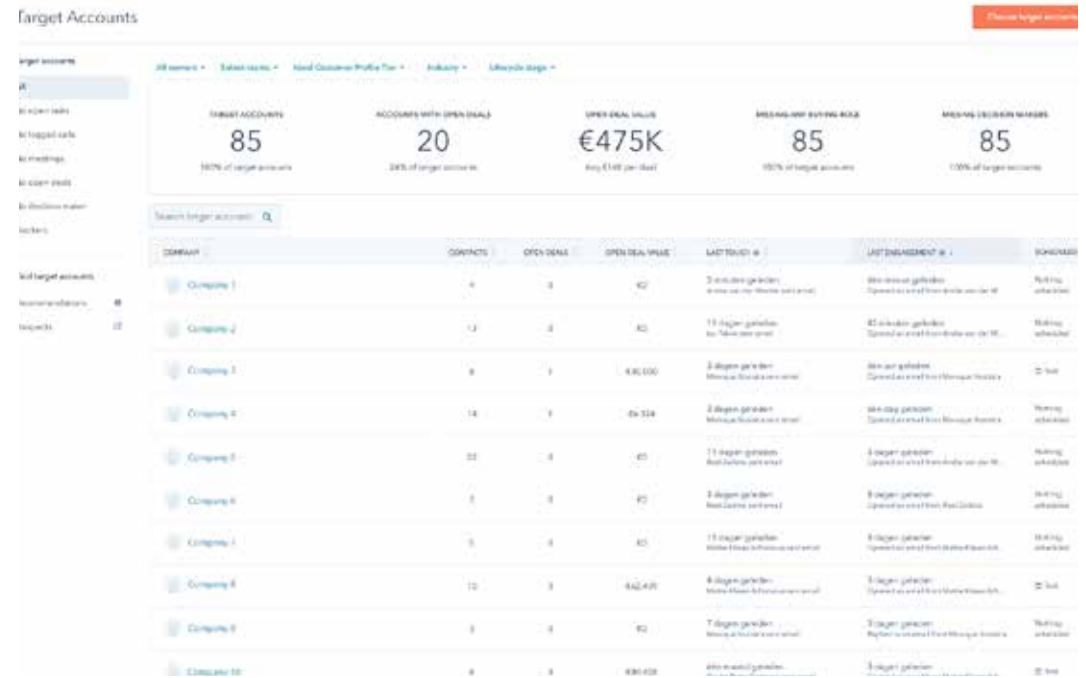
# Tier accounts.

Wanneer je hebt gekozen wie target accounts zijn, kun je binnen de target accounts ook weer selecteren hoeveel een company matcht met jouw Ideal Customer Profile.

Deze match kun je definiëren aan de hand van tier 1, 2 of 3, waarbij Tier 1 een goede match is met jouw producten en diensten en Tier 3 een minder goede match is en daarom minder prioriteit heeft.

**Tip!**

Je kunt dit proces ook automatiseren. Als je bijvoorbeeld de waarde van een account baseert op hoeveel omzet ze maken, kun je d.m.v. van workflows ervoor zorgen dat organisaties de juiste tier krijgen.



# Buying roles.

**De verschillende stakeholders in het koopproces kun je ook in HubSpot definiëren. Handig, want je kunt pas personaliseren als je weet tegen wie je het hebt.**

Deze zogeheten buying roles zijn de volgende:

- **Influencer:** de influencer is vaak de junior van het team en degene die de opdracht heeft gekregen om de verschillende mogelijkheden te onderzoeken. Zij hebben niet het budget of de autoriteit om de uiteindelijk beslissing te nemen, maar kunnen wel de 'decision maker' beïnvloeden. De influencer is vaak degene die jij spreekt en degene die de nodige stakeholders erbij roept door het sales proces heen.
  - **Blocker:** Een blocker is vrijwel hetzelfde als de influencer, het enige verschil is dat je gedurende het sales proces bij een blocker ineens niks meer krijgt te horen. Je belletjes blijven onbeantwoord, e-mails ongeopend en je deals blijven hangen.
  - **Champion:** In tegenstelling tot de blocker, helpt de champion jou juist je product of dienst te verkopen aan hen.
- Champions zijn de personen die expert zijn over een bepaald onderwerp, die de koop criteria maar al te goed weten, én zij zijn degene die je in contact zullen brengen met de decision maker
- **Decision Maker:** Dit is degene die - zoals de naam ook zegt - de beslissing maakt. Vaak zit deze persoon hogerop de ladder. Het is degene die contracten ondertekend, het budget verdeeld en degene die de influencer onderzoek laat uitvoeren. Soms doet de decision maker ook zelf onderzoek. Wanneer dat gebeurt, pak deze kans met beide handen aan en zorg ervoor dat je zijn wensen loskrijgt, zodat jij daar zo goed mogelijk op in kunt spelen.
  - **Budget Holder:** De budget holdre is degene die het budget bewaakt, oftewel degene zich bezighoudt met hoeveel het nieuwe product of de nieuwe dienst zal gaan kosten.
  - **End User:** Degene die het product of de dienst uiteindelijk gaat gebruiken. Dit is vaak degene die het sales proces initieert omdat hij een specifieke behoefte heeft.
  - **Executive Sponsor:** Dit is iemand in het management of project team die direct geïnteresseerd is in de oplossing.
  - **Legal & Compliance:** Deze checkt welke voorwaarden en voordelen er vanuit juridisch oogpunt aan het product hangen.



**Sales.**

# Sales.

**Als marketing de leads heeft gegeneerd, genurtured en gekwalificeerd, is het aan sales om deze verder te benaderen met e-mails, offertes en gepersonaliseerde oplossingen. En dat alles kan direct vanuit HubSpot!**

Sales is een essentieel team dat Marketing Qualified Leads omvormt tot Customers. Doordat het marketing team al de meest interessante leads een duidelijk profiel heeft gegeven, weet sales waar iedere lead naar zoekt en zo een gepersonaliseerde oplossing aanbieden die de leads overtuigd van jouw kracht.

Natuurlijk kan het voorkomen dat bedrijven toch nog niet het budget hebben of helemaal sales ready zijn. Ook dit kun je in het CRM zetten. Vergeet dan niet een reminder te zetten voor jezelf om deze lead weer op te pakken, of de lead weer terug te sturen naar marketing om deze verder te nurturen.

Ontdek HubSpots Sales Hub:

- Vang leads op die marketing heeft warm gemaakt en speel in op hun behoeftes
- Ontdek waar deals blijven hangen en hoeveel omzet je in de toekomst kan verwachten met sales pipelines
- Rond taken in één keer af en mis nooit meer een deadline
- Eindeloos heen en weer mailen voor het plannen van een afspraak behoort tot het verleden met HubSpots meeting planner
- Verander bewezen herhalende e-mails in templates en houd het klantcontact consistent
- Zie hoe je sales team presteert en waar verdere optimalisatie nodig is

Ontdek alle features die Sales Hub Starter, Professional en Enterprise te bieden hebben op [sterc.nl/blog/sales-hub](https://sterc.nl/blog/sales-hub)

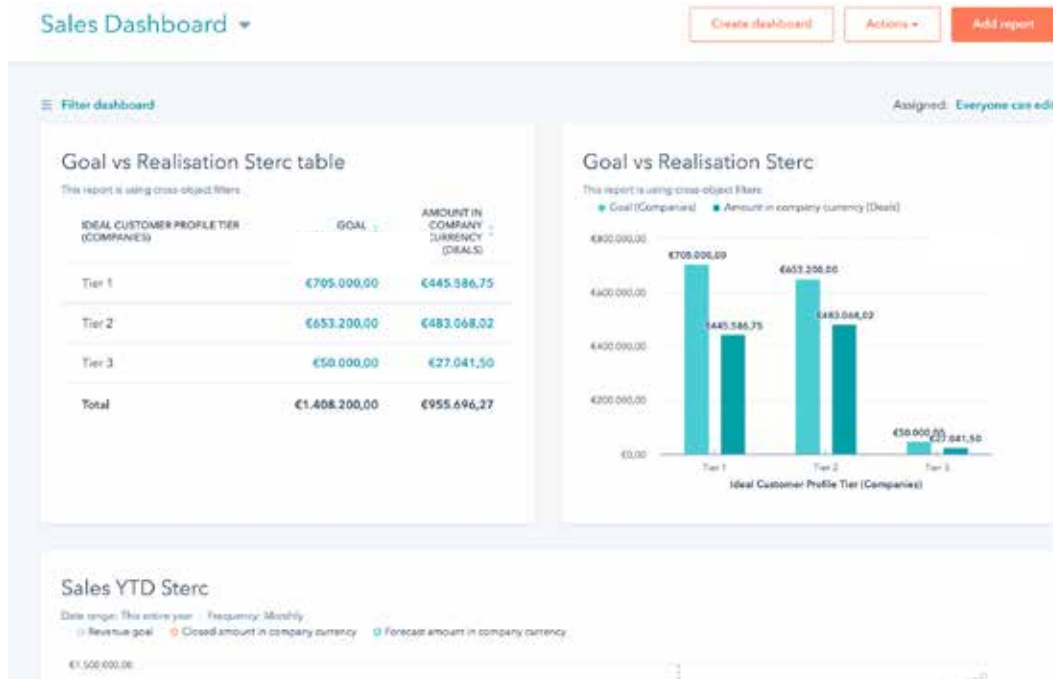
# Dashboarding & Reporting.

Met HubSpot's sales dashboard zie je in één oogopslag hoe je sales team presteert, of doelen behaald worden en welke deals nog wat extra hulp nodig hebben om gesloten te worden.

Met deze reports krijg je te zien hoe het sales proces verloopt en waar je nog verder kunt optimaliseren om zo een geweldige en feilloze ervaring voor je leads te creëren.

Binnen HubSpot kun je gebruik maken van de standaard HubSpot reports, die je inzicht geven in deals en de hoeveelheid omzet die elke sales rep creëert, maar ook in welke meetings geboekt zijn, welke taken nog open staan en alle acties die je team heeft gedaan. Zo zie je dus welke prospects de funnel in gaan en welke klanten nog wat extra aandacht van je nodig hebben.

Naast de standaard reports kun je altijd nog je eigen reports maken, zodat jij altijd datgene bijhoudt wat jij nodig hebt om verder te groeien.



# Deals.

**Deals zijn voor ieder B2B sales team essentieel. Ze laten per slot van rekening zien wat zij qua klanten allemaal hebben binnengehaald, voor welk bedrag en welke werkzaamheden.**

Door HubSpots Deal Pipelines kun je inschatten wat er binnenkomt qua omzet in de toekomst, en waar deals stagneren. Zo kun je het sales proces verbeteren, om in de toekomst nog meer deals te winnen.

Binnen HubSpot kun je gebruik maken van HubSpots sales pipeline of je kunt je eigen pipeline ontwikkelen. Door aan elke stage een percentage toe te voegen, kun je zien hoe ver een deal is en daarmee hoe groot de kans is dat de deal gewonnen wordt.

Wanneer je denkt dat er een kans is dat iemand een klant bij je kant worden, door bijvoorbeeld een meeting te plannen of een demo aan te vragen, is het verstandig om een deal aan te maken. Aan deze deal koppel je dan het bedrijf en de contactpersoon, zodat iedereen in je team alles wat met deze deal te maken heeft in één overzicht kan vinden.

## **Tip!**

Binnen instellingen kun je instellen welke properties ingevuld moeten worden in elke deal stage. Zo vergeet je sales team nooit een essentiële property in te stellen.

## **Tip!**

Deals kunnen ook geautomatiseerd worden. Denk bijvoorbeeld aan het automatisch aanmaken van een deal wanneer iemand een meeting heeft geboekt of een offerte heeft aangevraagd. Of een taak die automatisch wordt aangemaakt wanneer een sales rep al een tijd niets gedaan heeft met een deal en deze de *close date* nadert.

# Tasks.

**Je kunt ook je to do lijst eenvoudig bijhouden in HubSpot. Zo kun je vanuit HubSpot eenvoudig nieuwe tasks aanmaken en een notificatie krijgen wanneer deze bijna verlopen zijn.**

Tasks

Open tasks

Filter by: Kiki Heutenbos (kiki@sterc.nl) - All types - All priorities - All time

<input type="checkbox"/>	STATUS	TITLE	TYPE	PRIORITY
<input type="checkbox"/>	✓	Email Des	Email	
<input type="checkbox"/>	✓	Email Kiki Heutenbos	Email	
<input type="checkbox"/>	✓	Verstuur Email 'HubSpot met Hutsport - Gevorderde Ervaring'	Email	
<input type="checkbox"/>	✓	Email Henk Everts	Email	
<input type="checkbox"/>	✓	Call met Hendrik Jan over opdracht	Call	
<input type="checkbox"/>	✓	Call met Mattie	Call	
<input type="checkbox"/>	✓	Call met Klant	Call	

Open tasks

Due today

Due this week

Overdue

More

QUEUES

Mail Test

Masterclass mailing

+ Create queue

Je kunt een task aanmaken direct vanuit een contact record, zodat je weet dat je nog contact moet opnemen, of iets met dit contact moet doen, of vanuit je task dashboard. Ook terwijl je een e-mail aan het verzenden bent kun je direct een follow-up task aan je lijst toevoegen.

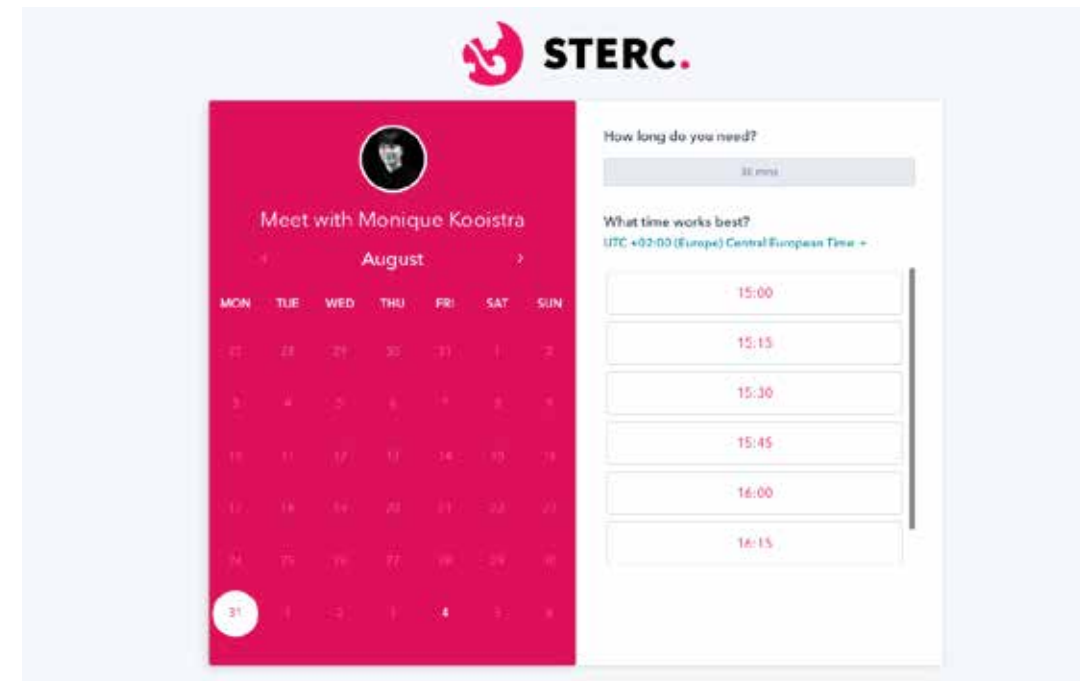
HubSpots tasks zijn niet alleen een handige to do lijst die je taak voor taak kunt afvinken, je kunt ook meerdere taken direct achter elkaar afronden. Als je bijvoorbeeld een uurtje in je agenda hebt vrijgemaakt voor het opvolgen van interessante prospects, kun je een task **queue** aanmaken, oftewel een rij aan taken. Deze queue kun je vervolgens afspelen, zodat je automatisch van taak naar taak gaat, en zo efficiënt je opvolging kunt uitvoeren.

# Meetings.

Iedereen heeft het vast wel een keer meegemaakt: het continue en weer gmail om te komen tot een afspraak. Met HubSpots meeting planner is dit probleem verleden tijd.

Maak eenvoudig kalenders aan waarop bezoekers of ontvangers alleen de momenten krijgen te zien dat jij beschikbaar bent. Het plannen van een afspraak is nog nooit zo gemakkelijk en snel geweest!

Wanneer je een meeting planner aanmaakt, kun je er zelf voor kiezen hoe lang je elke afspraak wilt laten duren, of je laat de ontvangers van je meeting link zelf kiezen of zij 15, 30 of 45 minuten of langer nodig hebben voor de afspraak. Ook andere vragen kunnen vooraf aan de afspraak gesteld worden, zodat jij snel weet hoe je deze persoon het beste kunt helpen.





# Team meetings.

Ben je niet de enige persoon van je organisatie die bij de afspraak aanwezig is? Dan kun je eenvoudig een group meeting aanmaken die laat zien dat beide personen beschikbaar zijn.

Als je ontvangers wat meer vrijheid wilt geven kun je hun ook laten kiezen met wie van de sales reps zij willen zitten en een voor hen geschikte tijd kiezen.

De meeting planners kun je op je digitale platform en in je e-mail plaatsen. Zo vang je altijd afspraken op, maakt niet uit of dit een demo call is, een kennismakingsgesprek of een brainstormsessie.

HubSpot stuurt automatisch een e-mail naar de planner toe, zodat deze van de afspraak op de hoogte is en direct aan zijn agenda kan toevoegen.

The screenshot shows the 'Maak kennis met Sterc' meeting creation page in HubSpot. It features a sidebar with navigation options: 'Details' (selected), 'Configuration', 'Availability', and 'Form Questions'. The main content area is titled 'Details' and includes the following fields:

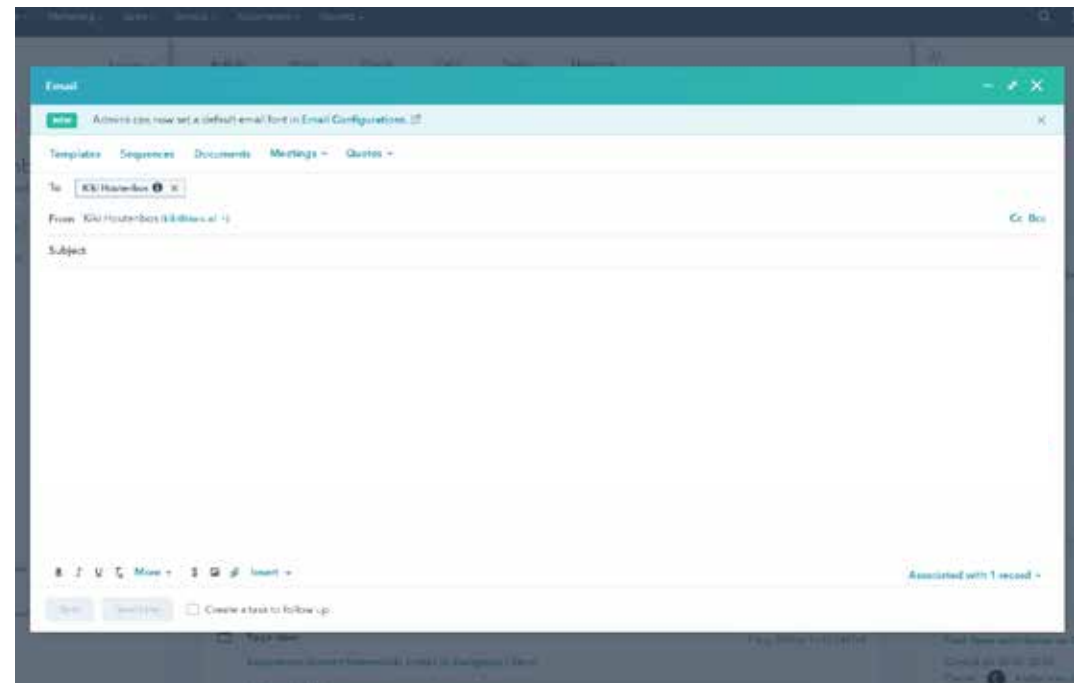
- Owner:** Kiki Houterbos (with a profile picture and a 'Change photo' link).
- Meeting headline:** Maak kennis met Sterc.
- Meeting name:** Maak kennis met Sterc.
- Meeting link:** <http://meetings.hubspot.com/...>
- Duration:** A selection of three options: 0 hrs 15 mins, 0 hrs 30 mins, and 1 hrs 0 mins.

# Mailings.

**Om je contacten te bereiken zijn een-op-een e-mails essentieel. Met HubSpot kun je getrackte en gelogde e-mails sturen vanuit een contact, company, deal en ticket record of direct vanuit je eigen mailbox.**

Met HubSpots een-op-een e-mails heb je dezelfde mogelijkheden als het versturen van een marketing e-mail, zoals personalisatie en het toevoegen van CTA's. Maar je kunt hier nog veel meer mee doen. Je kunt ook kiezen uit standaard templates, meeting links en een-op-een video's toevoegen, of door middel van queues en sequences dit proces automatiseren.

Templates en snippets zijn gestandaardiseerde stukken tekst, zodat jij snel een soortgelijke tekst kan versturen naar prospects, klanten of je collega's. En met queues en sequences vereenvoudig jij sales processen, zodat jij je kunt richten op wat echt belangrijk is: het binnenhalen van nieuwe klanten en bestaande klanten behouden.

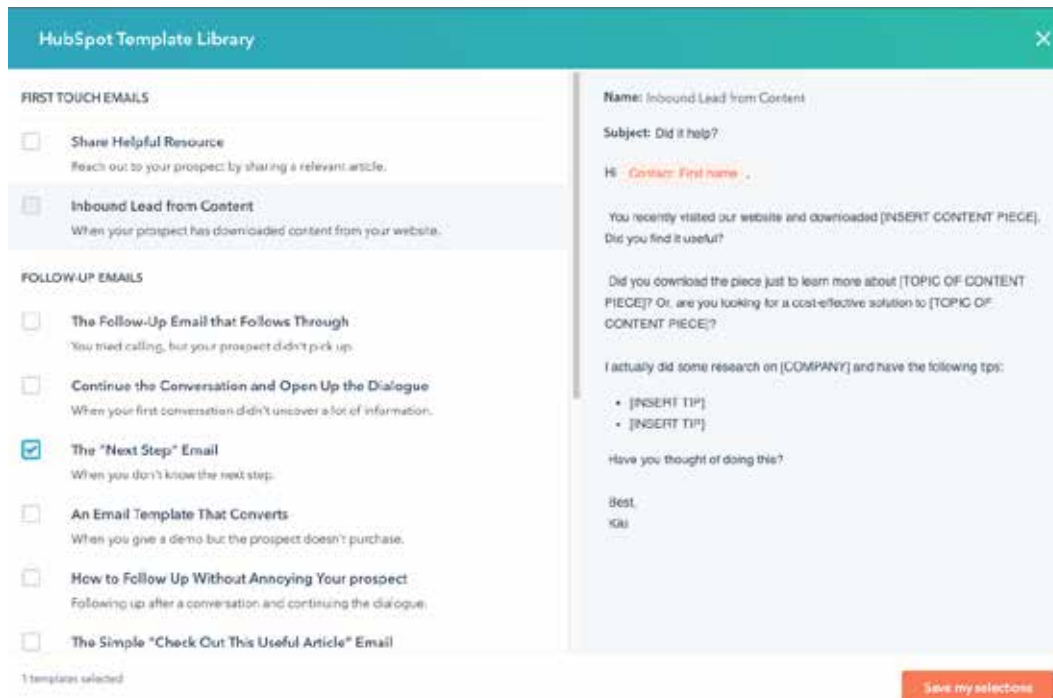


# Templates & Snippets.

Templates en Snippets zijn handige features in HubSpot waarmee je nog efficiënter e-mails kunt versturen.

Met **templates** creëer je standaard e-mail die je meerdere keren kunt versturen, of je creëert een e-mail die alle leden van je team kunnen versturen. Denk bijvoorbeeld aan een kennismakingse-mail, een uitnodigingse-mail of een follow-up e-mail na een meeting of call. Nadat je een template hebt gekozen kun je altijd nog aanpassingen maken om zo elke template e-mail toch aan te passen aan elke unieke contact.

**Snippets** zijn korte, herbruikbare stukken tekst die je in je sales e-mails, chats, notities, of in een contact, company, deal en ticket records kunt terug laten komen. Snippets kun je eenvoudig oproepen door een # te gebruiken en dan de naam te typen die de snippet heeft, of je kunt ze rechtsonder selecteren.



# Queues & Sequences.

Sales Hub Starter, Professional & Enterprise

Service Hub Starter, Professional & Enterprise

Queues en Sequences zijn essentieel voor het automatiseren van je sales activiteiten.

Met **Queues** maak je rijen van taken aan. Zo kun je bijvoorbeeld een uurtje vrijmaken om direct al deze taken af te werken. Denk bijvoorbeeld aan een rij met follow-up e-mails, of het uitnodigen van klanten voor een masterclass. De rest van je week of dag word je niet meer gestoord door deze kleinere taken, en kun je gefocust aan de slag met je andere sales activiteiten.

**Sequences** zijn automatische e-mails die in bepaald tijdsframe van elkaar gestuurd worden. Sequences kunnen gebruikt worden om contacten - leads en klanten - op te volgen, zodat jouw organisatie altijd top of mind blijft. Wanneer het contact dat je door de sequence hebt laten gaan reageert op je e-mail of een meeting boekt, wordt deze automatisch uit de sequence gehaald. Ze hebben per slot van rekening gedaan wat je wilde.

Binnen een sequence kun je ook tasks aanmaken. Als een contact bijvoorbeeld niet reageert op je e-mails of geen meeting boekt, is het handig je af te vragen waar het verkeerd gaat.

Misschien heeft deze contact nu geen tijd om naar je voorstel te kijken, of de organisatie heeft momenteel niet het budget om in te gaan op je voorstel.

Het kan ook zijn dat je opdringerig overkomt en je strategie en mailings moet aanpassen. Het is altijd goed om te kijken of alles binnen de sequence goed gaat, en je je contacten daadwerkelijk helpt.

## Tip!

Wil je dat je sales team eenvoudig mensen uitnodigt voor masterclasses? Stel een e-mail template in in een sequence, laat je salesmensen de contacten selecteren die zij moeten uitnodigen en kies voor 'enroll in sequence'. Per contact kan dan nog een gepersonaliseerde boodschap worden toegevoegd, en je bent ontzettend snel klaar met uitnodigen.



**Service.**

# Service.

**Service, misschien wel de belangrijkste afdeling voor het rondmaken van een inbound strategie. Want een goede service maakt of kraakt je bedrijf. Het is goed om te weten dat HubSpot alle tools in huis heeft om je klanten om te vormen tot waardevolle promoters.**

Mond-tot-mond reclame is misschien wel de beste marketing die bestaat. En hoe komt dat tot stand? Door goede service te bieden. Want alleen door de juiste oplossing te bieden en je klanten te helpen waar nodig worden ware fans gecreëerd. Geen wonder dat Coolblue al jaren service op prioriteit nummer één heeft staan.

HubSpot geeft binnen de Service Hub tools als live chat, chatbot, een knowledge base waar bezoekers snel hun antwoorden kunnen vinden en feedback surveys om je service activiteiten nog verder te optimaliseren.

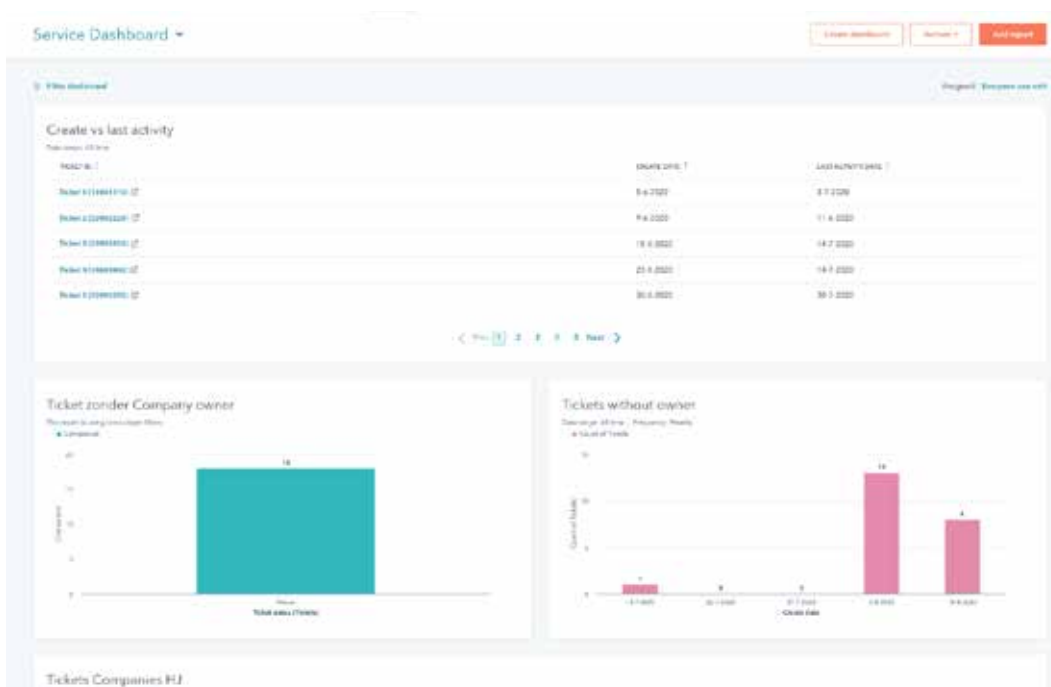
Ontdek de Service Hub:

- Laat je doelgroep eenvoudig met je in contact komen met behulp van live chat en beantwoord alle vragen super snel
- Biedt 24/7 support met een conversational chatbot en stuur bezoekers door naar de juiste content of de juiste chat agent
- Laat bezoekers supersonisch snel zelf het antwoord vinden met een knowledge base
- Ontdek hoe jij je service verder kunt verbeteren met feedback surveys en zorg ervoor dat klanten veranderen in promoters
- Zie hoe iedere service medewerker presteert en kijk waar je het proces kunt optimaliseren

Alles weten over de features binnen Service Hub Starter, Professional en Enterprise? Ontdek het op [sterc.nl/blog/service-hub](https://sterc.nl/blog/service-hub).

# Dashboarding & Reporting.

Met HubSpots dashboarding tool weet je altijd hoe je service team presteert en waar nog de nodige verbetering ligt. Zo creëer je een service gericht bedrijf, waarmee je klanten kunt omtoveren tot fans van jouw organisatie.



In het service dashboard krijg je in één opslag het hoe en wat van je service team te zien: Wie heeft welke chatgesprekken op zich genomen en hoe snel zijn deze afgehandeld? Welke tickets staan nog open? Van welke companies komen de tickets? Welke knowledge base artikelen worden het vaakst bekeken en geven deze daadwerkelijk een antwoord op de gestelde vragen?

Alle belangrijke data die je wilt weten over de prestaties van je service team komen hier samen in een overzicht. Naast de vele resorts en dashboards die HubSpot heeft gecreëerd, kun je zelf met bestaande data ook reports in elkaar zetten.

# Chat.

**Chat** is een essentiële tool om je web bezoekers zo goed mogelijk te helpen. Met chat kunnen bezoekers hun vragen stellen in een tool die zij kennen, en jij kunt ze met live chat helpen of een chatbot hen naar de juiste content of de juiste chat agent leiden.

Met HubSpot kun jij aan de slag gaan met live chat en een conversational chatbot, zodat je je leads en klanten 24/7 zo goed mogelijk van dienst kunt zijn. Jij bepaalt waar, wanneer en hoe je chat icoontje in het scherm verschijnt, en stelt eenvoudig in welke vragen je chatbot stelt.

Zo komt de bezoeker van je digitale platform altijd terecht bij de juiste persoon, zodat zijn vraag zo goed mogelijk beantwoord wordt.





**1 Build**  
Create a welcome message to greet site visitors.

**2 Target**  
Decide when to show the chatflow on your site.

**3 Display**  
Control display settings for this chatflow.

**4 Options**  
View and manage your chatflow settings.


---

**Build**


Write a welcome message @

Fire away! How may we help you? 319

---

Enable knowledge base search 

Allow your website visitors to search for answers before chatting with your live chat team.


To edit articles go to [Knowledge Base](#) 


---

Automatically assign conversations

New conversations will be assigned to the selected team members.


Assign To:

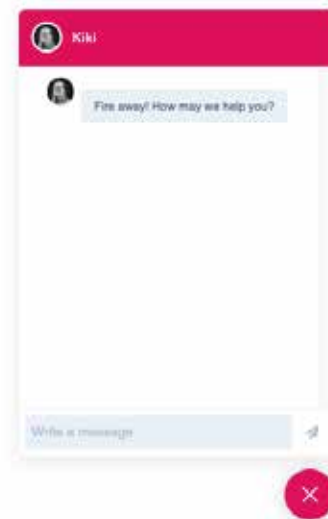
Specific users and teams 

Service (2) 

---

Ask visitors for their email address

If no team member responds after 1 minute 



# Live chat.

Live chat is de chat die je op de meeste platformen tegenwoordig ziet verschijnen: een bolletje rechtsonder, waar jij eenvoudig naartoe kan om met de organisatie te chatten. In de chat kun je al je vragen stellen, en de organisatie helpt jou verder op weg om te komen tot het juiste antwoord.

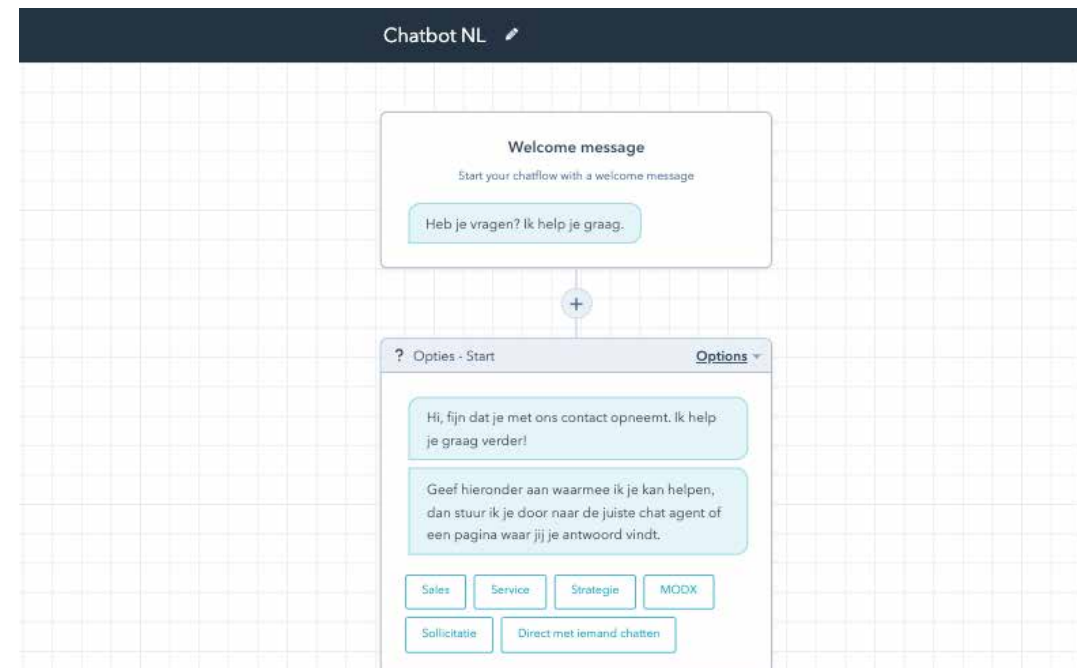
Een live chat is in HubSpot eenvoudig in te stellen. Met HubSpot kun je instellen hoe je chat eruit ziet, op welke pagina's deze verschijnt en voor welke bezoekers deze verschijnt. Zo kun je de chat instellen voor elke taal waarin je platform te vinden is, maar ook voor elk specifiek onderwerp of een andere persona kun je een nieuwe chat instellen. Zo weet je direct waar de interesse van je doelgroep ligt, en komen de vragen direct bij de juiste afdeling terecht, zodat jouw bezoekers altijd snel antwoord krijgen op hun vragen.

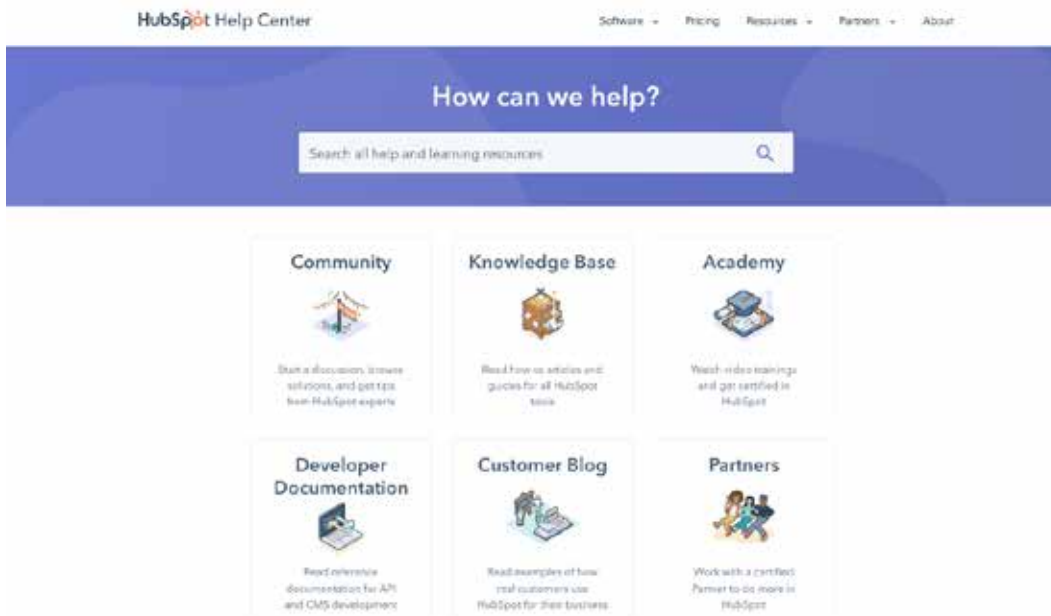
# Chatbot.

Een chatbot is een handige manier om automatisch en 24/7 je bezoekers te helpen met het vinden van de juiste informatie. Met HubSpot kun je zelfs **conversational chatbots** instellen om zo het gesprek zo menselijk mogelijk te laten verlopen. Zelfs al praat je met een robot!

Met behulp van flows stel je in welke vragen je chatbot moet stellen en waar bezoekers heen geleid worden. Zo komen je bezoekers altijd snel terecht bij de juiste content of bij de juiste afdeling.

Stelt daarnaast in waar, wanneer en hoe deze chatbot verschijnt zodat je chatbot niet opdringerig is, en direct de juiste, passende vragen stelt. Met een chatbot help je je bezoekers 24/7, snel en efficiënt.





# Knowledge base.

Service Hub Professional & Enterprise

**Een Knowledge Base is ideaal voor jouw organisatie en voor de bezoekers van je digitale platform. Bezoekers kunnen snel bij de juiste informatie komen, en jouw team hoeft niet meer veelgestelde vragen te beantwoorden en kunnen hun focus verleggen naar het verder helpen van je klanten.**

Binnen HubSpots Knowledge Base kun je op basis van templates kiezen hoe je knowledge base eruit komt te zien. In de knowledge base laat je veelgestelde vragen en tickets terugkomen in een database van kennisartikelen en documenten. Door deze op te delen in verschillende categorieën vinden je bezoekers makkelijker dan ooit de weg naar kennis.

Ook het optimaliseren van je artikelen gaat een stuk makkelijker. Analyseer hoe waardevol je bezoekers het antwoord op hun vragen vond, en verbeter je bestaande artikelen of voeg nieuwe toe. En het beste van dit alles? Ook chatbots kunnen bezoekers automatisch naar de juiste plek in de knowledge base sturen.

# Feedback surveys.

Service Hub Professional & Enterprise

**Weten hoe goed je bedrijf het doet? Of je support voldoende wordt gevonden? Dan zijn HubSpots Feedback Surveys ideaal. Met feedback surveys vraag je eenvoudig de ontvangers wat ze van iets vonden.**

Creëer Net Promoter Score (NPS), Customer Effort Score (CES) of Customer Satisfaction (CSAT) enquêtes om te weten hoe tevreden je klanten zijn en waar zij nog verbeterpunten zien.

Je kunt deze enquêtes eenvoudig versturen in de e-mail of ze toevoegen aan je website. Verbeter waar nodig, zodat je klanten tevreden zijn en langer bij je blijven.

The image shows a screenshot of a feedback survey form. The form is white and centered on a light blue background. At the top, it asks: "To what extent do you agree or disagree with this statement:". Below this, the statement is: "sterc.com made it easy to handle my issue". There is a 7-point Likert scale with circles containing numbers 1 through 7. Below the scale, "Strongly disagree" is written under '1' and "Strongly agree" is written under '7'. Below the scale is a large text input field with the question: "Can you tell us why you scored us so highly?". To the right of the input field is a character count "1500". Below the input field is an orange "Submit" button. At the bottom of the form, it says "This survey is a service from sterc.com".



**HubSpot & MODX.**

# HubSpot & MODX.

**MODX en HubSpot, twee ijzersterke platformen die wij feilloos met elkaar laten samenwerken.**

Het **MODX Content Management Systeem** geeft jou alle vrijheid om een digitaal platform op maat te creëren, terwijl next level marketing en sales platform HubSpot je alle tools biedt die nodig zijn om dit platform perfect af te stemmen op jouw doelgroep. Pak deze twee krachtige platformen samen en je behaalt je digitale doelen, vormt leads om tot klanten en maakt van klanten ware evangelisten.

Wij kunnen MODX & HubSpot op twee manieren met elkaar samenvoegen:

- **HubSpot API:** Door de flexibiliteit van het MODX CMS kun je HubSpot en MODX volledig met elkaar integreren. De HubSpot API laat je niet alleen chat, meeting planners, formulieren en CTA's toevoegen aan je platform, maar maakt het ook mogelijk om aan de slag te gaan met personalisatie en contextuele marketing. Direct vanuit het MODX CMS.
- **HubSpot Extra:** Een MODX plugin waarmee je eenvoudig HubSpot tracking toevoegt aan je MODX platform.

Combineer HubSpot en MODX, en:

- Krijg een krachtige samenwerking van strategie en techniek
- Werk in een solide multichannel platform dat koppelt met alle softwarepakketten voor CRM, ERP, PIM en nog veel meer
- Ontdek het next level marketing en sales platform voor CRM, e-mailmarketing, personalisatie, social media beheer, lead scoring, ads en automatisering
- Creëer gepersonaliseerde en unieke ervaringen in een platform dat veilig, snel, vindbaar en schaalbaar is
- Beheer al je digitale producten zoals website, webshop, intranet en digital signage op één plek
- Behaal je doelen, vorm leads om tot klanten en klanten in waardevolle promoters

Ervaar HubSpot in MODX met een onze HubSpot demo! Plan direct een HubSpot demo in via [sterc.com/hubspot-demo](https://sterc.com/hubspot-demo).

## HubSpot API.

Met de **HubSpot API** koppeling integreer je HubSpot volledig met MODX, zodat je direct vanuit het MODX CMS kunt profiteren van HubSpot's features. Zo kun je niet alleen live chat, chatbot, formulieren, meeting planners en CTAs op je digitale platform terug laten komen, maar ook direct vanuit het CMS gebruik maken van personalisatie en contextuele marketing.

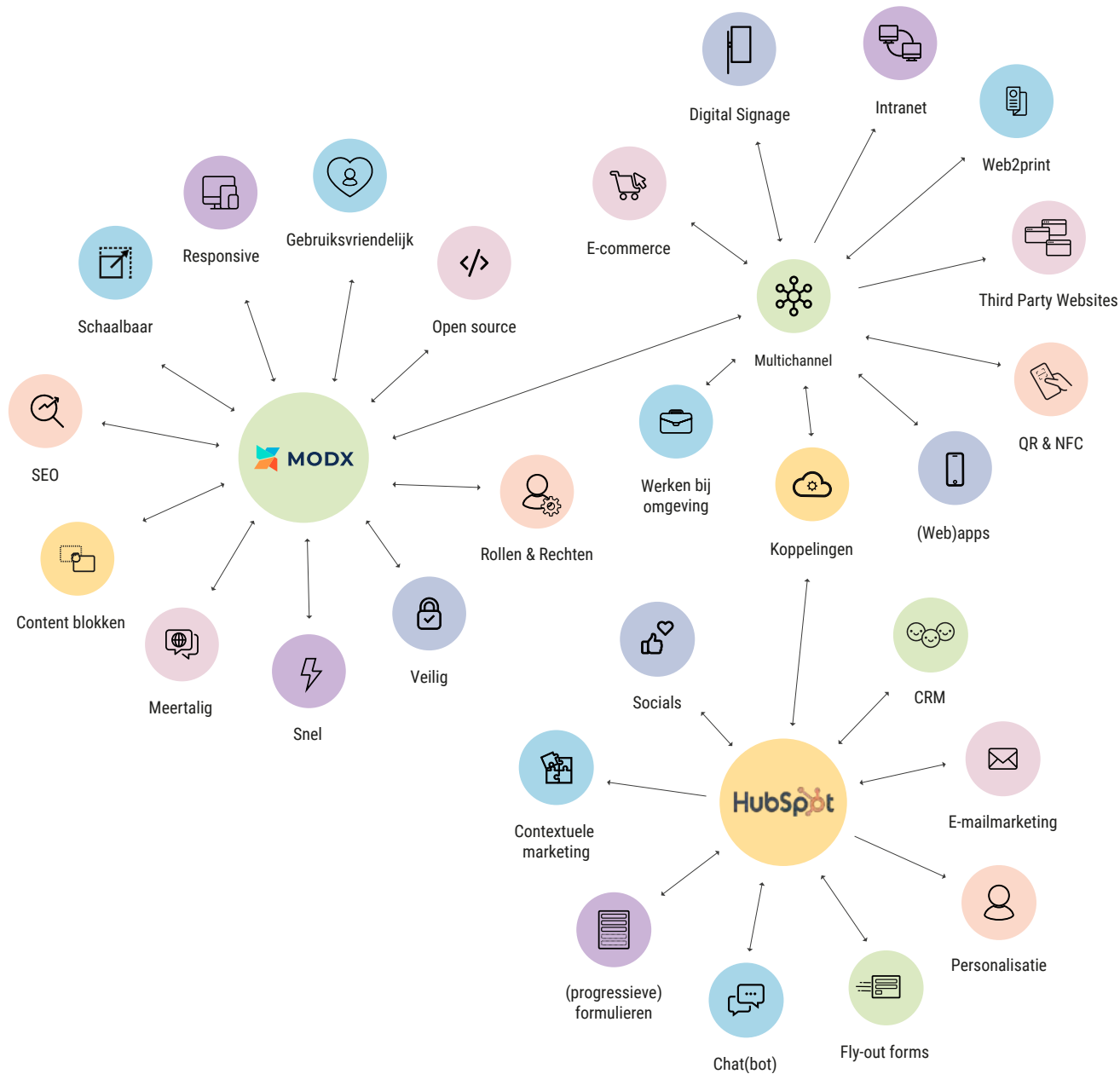
Zet data die opgeslagen staat in je CRM in om je klanten zo goed mogelijk te helpen om bij die informatie te komen waar zij naar zoeken. Personaliseer volledige stukken van je website. Toon bijvoorbeeld een CTA voor contact met je support afdeling aan klanten, terwijl nieuwe bezoekers een CTA voor het aanvragen een demo krijgen te zien. Of laat je content afhangen van het weer op de locatie waar degene die de website bezoekt zich bevindt, zo krijg je een menukaart met zomerse cocktails te zien met warm weer en bij regen de heerlijkste theetjes. Personaliseren kan op basis van bijvoorbeeld de lifecycle stage, lead status, locatie van het bedrijf, persona en nog veel meer. Met de HubSpot API bepaal jij wat elke unieke bezoeker van je website te zien krijgt. Zo zorg jij ervoor dat je leads tot klanten en zelfs ware promoters omvormt, terwijl je werkt vanuit het krachtige MODX CMS.

## HubSpot Extra.

Naast de volledige integratie met HubSpot hebben wij ook een MODX plugin gecreëerd waarmee je HubSpot tracking eenvoudig toevoegt aan jouw platform: de HubSpot Extra. Ontdek welke pagina's bezocht worden, en achterhaal welke content belangrijk is voor ieder uniek persoon. Zo kun je anonieme bezoekers tracken tot ze trouwe klanten zijn, op elk platform in elke taal.

Meer over MODX extra's kun je vinden [op deze pagina](#), let op hier wordt het aardig techie ;)

# HubSpot ♥ MODX





# Meer weten?

We vertellen je natuurlijk graag meer! Bel Bas via

**+31 6 485 515 71**

of stuur een e-mail naar

**bas@sterc.nl**

Je kunt ook direct een meeting plannen via

**[sterc.com/hubspot-demo](https://sterc.com/hubspot-demo)**

## **Alle links:**

[sterc.com/nl/producten/hubspot](https://sterc.com/nl/producten/hubspot)  
[sterc.com/hubspot-demo](https://sterc.com/hubspot-demo)  
[sterc.com/nl/blog/funnels-and-flywheel](https://sterc.com/nl/blog/funnels-and-flywheel)  
[sterc.com/nl/blog/waardenmodellen-voor-de-vrijtjidssector](https://sterc.com/nl/blog/waardenmodellen-voor-de-vrijtjidssector)  
[sterc.com/nl/blog/hoe-doelgroepen](https://sterc.com/nl/blog/hoe-doelgroepen)  
[hubspot.com/make-my-persona](https://hubspot.com/make-my-persona)  
[sterc.com/nl/blog/experience-journey](https://sterc.com/nl/blog/experience-journey)  
[sterc.com/nl/downloads/experience-journey-framework](https://sterc.com/nl/downloads/experience-journey-framework)  
[sterc.com/nl/producten/hubspot/marketing-automation](https://sterc.com/nl/producten/hubspot/marketing-automation)  
[sterc.com/nl/blog/online-personalisatie](https://sterc.com/nl/blog/online-personalisatie)  
[sterc.com/nl/blog/website-personalisatie](https://sterc.com/nl/blog/website-personalisatie)  
[fool.com/investing/2016/06/19/how-netflixs-ai-saves-it-1-billion-every-year.aspx](https://fool.com/investing/2016/06/19/how-netflixs-ai-saves-it-1-billion-every-year.aspx)  
[sterc.com/nl/blog/marketing-hub](https://sterc.com/nl/blog/marketing-hub)  
[sterc.com/nl/blog/sales-hub](https://sterc.com/nl/blog/sales-hub)  
[sterc.com/nl/blog/support-chat](https://sterc.com/nl/blog/support-chat)  
[sterc.com/nl/blog/conversational-chatbot](https://sterc.com/nl/blog/conversational-chatbot)  
[sterc.com/nl/producten/koppelingen/hubspot-modx](https://sterc.com/nl/producten/koppelingen/hubspot-modx)  
[sterc.com/nl/modx](https://sterc.com/nl/modx)  
[sterc.com/nl/producten/hubspot/hubspot-api](https://sterc.com/nl/producten/hubspot/hubspot-api)  
[sterc.com/nl/modx/extras](https://sterc.com/nl/modx/extras)

