

De meerwaarde van Deep Sales

Hoe bedrijven die het deepsales-platform van LinkedIn ten volle benutten, profiteren van grotere deals, een sterkere pipeline en meer omzet



72%

van de B2B-kopers geeft de voorkeur aan een koopproces zonder contact met een salesprofessional, blijkt uit onderzoek van Gartner.¹

Met dit soort cijfers is het duidelijk dat salesprofessionals niet op dezelfde manier kunnen doorgaan met verkopen. Het is tevens geen verrassing dat het voor veel verkopers lastig is om hun quota te halen.

Maar ondanks deze moeilijke tijden is het nu duidelijk welke kant salesprofessionals op moeten. Welke kant is dat?

Deep Sales.

Ontdek de meerwaarde van Deep Sales

Een deepsales-masterclass: bedrijven die het platform optimaal benutten

Bedrijven die het deepsales-platform van LinkedIn ten volle benutten ...

- hebben LinkedIn Sales Navigator (LSN) en LinkedIn Sales Insights (LSI) geïmplementeerd en hebben LSN met hun CRM-systeem geïntegreerd ('klanten met CRM-synchronisatie'),
- werken met gebruikslicenties voor de meeste van hun salesteams die contact hebben met klanten,
- zetten vol in op hun programma's met meerjarige contracten,

Uit gegevens van LinkedIn blijkt dat dit soort bedrijven profiteren van grotere deals, een sterkere pipeline en meer omzet.

We hebben gebruikers van onze technologie onder de loep genomen en geconstateerd dat deze bedrijven, die de kracht van het deepsales-platform van LinkedIn ten volle benutten, van een uitzonderlijk rendement profiteren. Van deze bedrijven hebben we een representatieve steekproef genomen van twintig bedrijven – een groep die we de ‘Masterclass’ noemen.²

Voor deze Masterclass-bedrijven gaan de deals die via LinkedIn lopen, vergezeld van een mooi rendement:



2,3x

Grotere deals: Sales Navigator levert **2,3 keer** zo grote deals op³

56%

Sterkere pipeline: 56% van de gesloten/ gewonnen deals verloopt via Sales Navigators³

72%

Hogere omzet: Sales Navigator beïnvloedt 72% van de omzet die wordt gegenereerd door verkopers die het product gebruiken³

Wat is Deep Sales?

Met het deepsales-platform van LinkedIn worden uitgebreide, kwalitatieve gegevens in dynamische inzichten vertaald waarmee salesteams de juiste accounts in kaart kunnen brengen, onderzoeken en prioriteren.

Met ons deepsales-platform, dat uit LinkedIn Sales Navigator en LinkedIn Sales Insights bestaat, beschikken complete salesteams over basistechnologie, aangestuurd door gegevens, waarmee ze zich werkwijzen van topverkopers eigen kunnen maken en zo de omzet kunnen verhogen.

Hoe **Masterclass-bedrijven** zich dankzij het deepsales-platform werkwijzen van topverkopers eigen kunnen maken

Door het deepsales-platform van LinkedIn ten volle te benutten, bevinden verkopers van de Masterclass-bedrijven zich in de ideale positie om werkwijzen aan te leren die regelrecht tot meer omzet leiden. Het LinkedIn-platform beschikt over nauwkeurige, actuele gegevens over meer dan 900 miljoen leden en 61 miljoen bedrijven. Dankzij toegang tot deze unieke gegevens en de inzichten die daaruit voortvloeien, krijgen topverkopers goed in beeld op welke accounts ze zich het beste kunnen richten, welke kopers ze kunnen benaderen en wie de belangrijkste besluitvormers zijn bij hun beoogde accounts.

Drie belangrijke werkwijzen van topverkopers:

Werkwijze 1: richt u op de accounts met de meeste kansen

Werkwijze 2: breng kopers in kaart die klaar zijn voor interactie

Werkwijze 3: zoek warme contacten bij prospects en klanten

Richt u op de accounts met de meeste kansen. Topverkopers gebruiken [LinkedIn Sales Insights](#) (LSI) om data te analyseren en zo groeiende bedrijven en branches in kaart te brengen, zodat ze een beter beeld krijgen van hun doelmarkt.

Breng kopers in kaart die klaar zijn voor interactie. Topverkopers gebruiken [LinkedIn Sales Navigator](#) (LSN) om koopinteressesignalen te ontvangen, bijvoorbeeld wanneer potentiële klanten op de content van hun bedrijf reageren en hun bedrijfswebsite bezoeken.

Effectieve salesorganisaties helpen hun topverkopers bovendien **bij de zoektocht naar warme contacten bij prospects en klanten.** Dankzij de nieuwe functie Relatieverkenner van Sales Navigator krijgen ze meer inzicht in het volledige aankoopteam en de besluitvormers die ervoor kunnen zorgen dat deals uiteindelijk worden gesloten.

Verkopers bij de Masterclass-bedrijven doen het zo goed dankzij Deep Sales

De Masterclass-bedrijven hebben in tools geïnvesteerd waarmee hun verkopers een heel goed beeld krijgen van de markt en waarmee ze kunnen achterhalen wanneer inkopers klaar zijn voor interactie en wie de belangrijkste besluitvormers en invloedrijke betrokkenen zijn bij potentiële klanten.

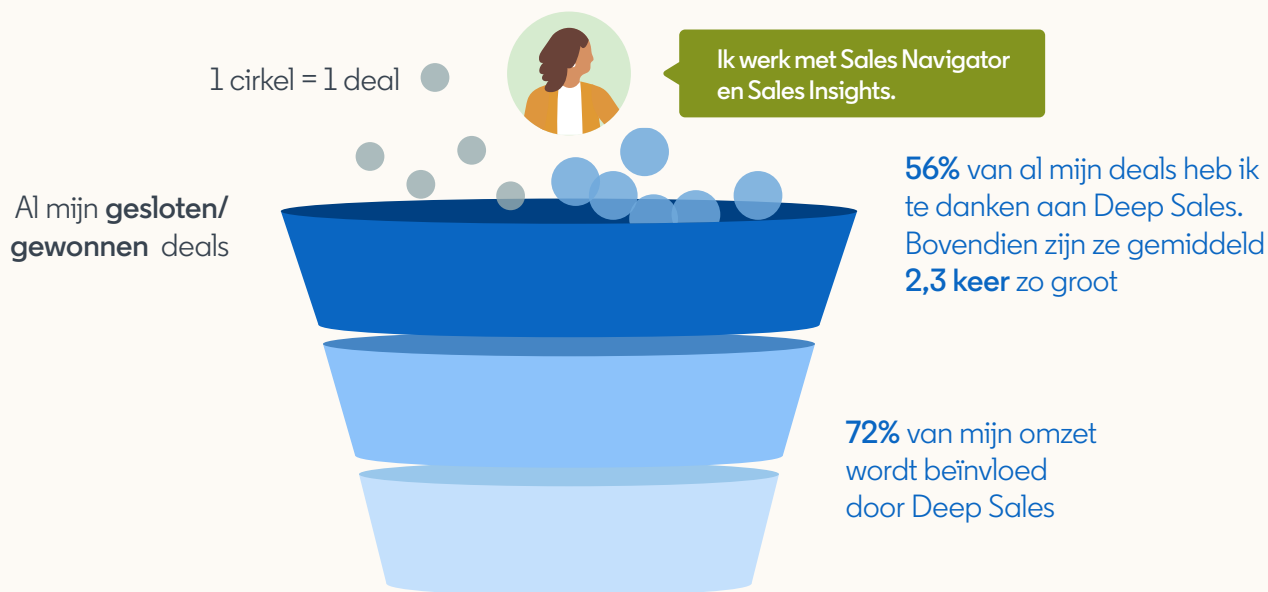
De wetenschap achter Deep Sales en rendement

Hoe kunnen bedrijven met Deep Sales goede resultaten boeken? De afgelopen 12 maanden hebben we de prestaties van onze klanten met CRM-synchronisatie bestudeerd om een beter beeld te krijgen van hoe gebruikers met behulp van ons platform tot betere resultaten komen.

Eerst hebben we alle kansen gegroepeerd die in het CRM wel of niet als 'beïnvloed door Deep Sales' zijn ingevoerd. 'Beïnvloed door Deep Sales' houdt in dat het deepsales-platform van LinkedIn ten minste vijf keer is gebruikt voordat de deal werd gesloten. Vervolgens hebben we de kenmerken van de deals in beide groepen met elkaar vergeleken: wisten verkopers met behulp van Deep Sales meer deals te vinden, met dus een beter gevulde pipeline tot gevolg?

Sluiten intensieve gebruikers van LinkedIn grotere deals? Welk deel van de omzet van een verkoper kunnen we toeschrijven aan het gebruik van Deep Sales? Uit ons onderzoek kunnen we opmaken dat deals waarbij Deep Sales wordt gebruikt flink bijdragen aan betere resultaten. Dat valt goed terug te zien in de onderstaande afbeelding.

wisten verkopers met behulp van Deep Sales meer deals te vinden, met dus een beter gevulde pipeline tot gevolg? Sluiten intensieve gebruikers van LinkedIn grotere deals? Welk deel van de omzet van een verkoper kunnen we toeschrijven aan het gebruik van Deep Sales? Uit ons onderzoek kunnen we opmaken dat deals waarbij Deep Sales wordt gebruikt flink bijdragen aan betere resultaten.



Voor intensieve gebruikers van LinkedIn Sales Navigator en LinkedIn Sales Insights levert het deepsales-platform een beter gevulde pipeline en grotere deals op en beïnvloedt het bijna driekwart van de omzet. Een deal geldt als 'beïnvloed' als er meer dan 5 handelingen op LinkedIn.com of in Sales Navigator zijn uitgevoerd in de periode vanaf 9 maanden voordat de kans werd aangemaakt in het CRM tot het moment dat de deal werd gesloten. Een deal geldt als 'herleidbaar' als er meer dan 5 handelingen op LinkedIn.com of in Sales Navigator zijn uitgevoerd in de periode vanaf 9 maanden voordat de kans werd aangemaakt in het CRM. Herleiding is altijd een vorm van beïnvloeding.

Hoe 3 Masterclass-gebruikers de resultaten verbeteren

We nemen drie intensieve gebruikers van het deepsales-platform van LinkedIn onder de loep, namelijk Snowflake, Greenhouse⁴ en Lyra Health, om te laten zien hoe salesorganisaties met behulp van LinkedIn betere resultaten behalen. In de saleswereld is de juiste technologie tegenwoordig essentieel om de omzet te verhogen. Dankzij de salestechnologie van LinkedIn wisten deze bedrijven en hun salesteams de drie belangrijkste werkwijzen van topverkopers zich eigen te maken.

Deze drie werkwijzen zijn essentieel om succes te boeken in een tijd waarin kopers het contact met verkopers liever overslaan.

Laten we eens kijken hoe drie deskundige gebruikers van Deep Sales, namelijk [Snowflake](#), [Greenhouse](#) en [Lyra Health](#), aan de hand van deze werkwijzen hun omzet verhogen met behulp van LinkedIn Sales Navigator en LinkedIn Sales Insights.

Werkwijze 1: Richt u op de accounts met de meeste kansen

Zo doet Snowflake dat



LinkedIn Sales Insights (LSI) wordt steeds onmisbaarder en biedt toegang tot actuele gegevens over de meer dan 900 miljoen leden en 61 miljoen bedrijven op het platform. Dankzij LSI-gegevens kunnen salesorganisaties snel de aantrekkelijkste regio's, branches en bedrijven in kaart brengen, waardoor hun salesteams het profiel van hun ideale klant preciezer kunnen targeten.

En dat is precies wat datacloudbedrijf Snowflake doet. Datawetenschappers bij Snowflake gebruiken voorspellende modellen waarmee hun teams beoogde accounts bij de vermarkting kunnen prioriteren.

Snowflake had een product nodig dat nauwkeurige, complete en actuele gegevens aanleverde over accounts binnen het profiel van hun ideale klant, zodat hun modellen betrouwbare voorspellingen konden doen.

Door LinkedIn Sales Insights met het CRM te integreren, kon Snowflake de hoeveelheid gegevens in de modellen valideren en uitbreiden. Volgens David Gojo, Head of Sales Data Science bij Snowflake, leidt de nauwkeurigheid van de modellen rechtstreeks tot een aantoonbaar hoger rendement: **'Gegevens worden 30% beter gematcht** doordat LSI exclusief en regelrecht toegang heeft tot gegevens op basis van personen.'

'Ik vind de mogelijkheid om het platform met CRM-systemen te verbinden en integreren de effectiefste functie van Sales Insights.'



David Gojo
Head of Sales Data Science
bij Snowflake

Met de accurate gegevens kon het team nog preciezer de ideale beoogde accounts in kaart brengen. Dat heeft de volgende resultaten opgeleverd:

2x

zo hoog conversiepercentage
bij accounts van topniveau
volgens het voorspellende model

14%

meer nauwkeurigheid van het
model dankzij LinkedIn Sales
Insights en andere aanpassingen

Gojo noemt een voorbeeld van het domino-effect van hoogwaardige gegevens: 'Het salesteam kwam naar ons toe met de mededeling: we hebben meer accounts nodig! Dus gaven we ze ongeveer 7000 accounts die nog niet in ons CRM zaten, maar waarvan ons voorspellende model aangaf dat het waardevolle prospects waren. Wat het succes van het project aangeeft, is dat een verkoper een topdeal kon sluiten met een van de accounts die aan het eind van het kwartaal waren ingevoerd, terwijl zo'n proces normaliter 180 dagen kost.'

'LinkedIn Sales Insights vormt inmiddels ons betrouwbaarste hulpmiddel om gegevens in ons CRM te verifiëren.'



Yu Chen
Senior Data Scientist bij
Snowflake

[Lees meer over het verhaal van Snowflake](#) →

Werkwijze 2 Breng kopers in kaart die klaar zijn voor interactie

Zo doet Greenhouse dat

greenhouse

Na de juiste accounts om te targeten in kaart te hebben gebracht, bestaat de volgende stap uit het peilen van de koopinteresse op basis van gegevens. Zo kunnen salesteams zich richten op de accounts die op dit moment op zoek zijn naar een specifiek product of een specifieke dienst. Uit [onderzoek van het Ehrenberg-Bass Institute blijkt dat](#) steeds slechts 5% van de B2B-kopers op zoek is naar een specifiek product.

‘Zodra we de juiste accounts in kaart hebben gebracht en gegevens over die accounts hebben, neemt Sales Navigator het over,’ vertelt Mo Moran, VP of Sales Development bij Greenhouse, een bedrijf dat HR-software ontwikkelt. ‘Met behulp van Sales Navigator kunnen onze teams de accounts vervolgens prioriteren.’

Dankzij LinkedIn Sales Navigator kunnen verkopers gegevens analyseren om te bepalen welke kopers klaar zijn voor contact. Op basis van allerlei verschillende gegevenspunten, zoals de interactie van kopers met een bedrijfspagina op LinkedIn, bezoeken van kopers aan een bedrijfswebsite en interacties van kopers met een advertentie op LinkedIn, kan Sales Navigator kopers in kaart brengen die klaarblijkelijk interesse hebben in een specifiek bedrijf en de producten die het aanbiedt.

‘Bij het bepalen op welke accounts en welke mensen binnen die accounts we ons moeten richten, is het cruciaal om accounts op koopinteresse te kunnen filteren,’ vertelt Moran.

‘Dankzij de salestools van LinkedIn krijgen we goed in beeld met welke resources bedrijven en mensen interactie hebben en of ze onderzoek doen naar onze bedrijven of de oplossingen die we aanbieden. Zonder dit soort signalen zouden we omzet mislopen.’



Mo Moran

VP of Sales Development bij Greenhouse

Met Sales Navigator en Sales Insights van LinkedIn behaalde Greenhouse de volgende resultaten:

39%

grotere gemiddelde dealomvang met LinkedIn Sales Navigator⁵

20%

hoger succespercentage met LinkedIn Sales Navigator

‘Bij Sales Development hebben we een team van vijftig en van tien mensen gehad en alles daartussenin. We moeten ons altijd afvragen: hebben we de juiste technologie die groei van ons team kan ondersteunen?’ Ik kan elke salesleidinggevende vertellen dat [Sales Navigator] een onmisbaar platform is, omdat het over meerdere functies beschikt voor salesprofessionals waar veel andere tools niet aan kunnen tippen.’



Mariah Donnelly

Director of Sales Development bij Greenhouse

[Lees meer over het verhaal van Greenhouse](#) →

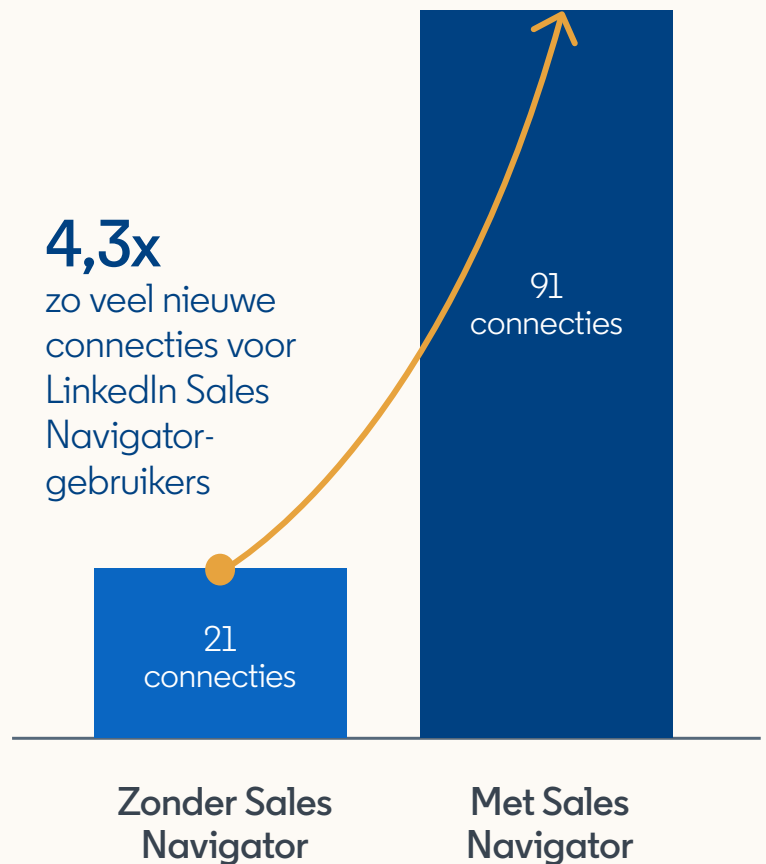
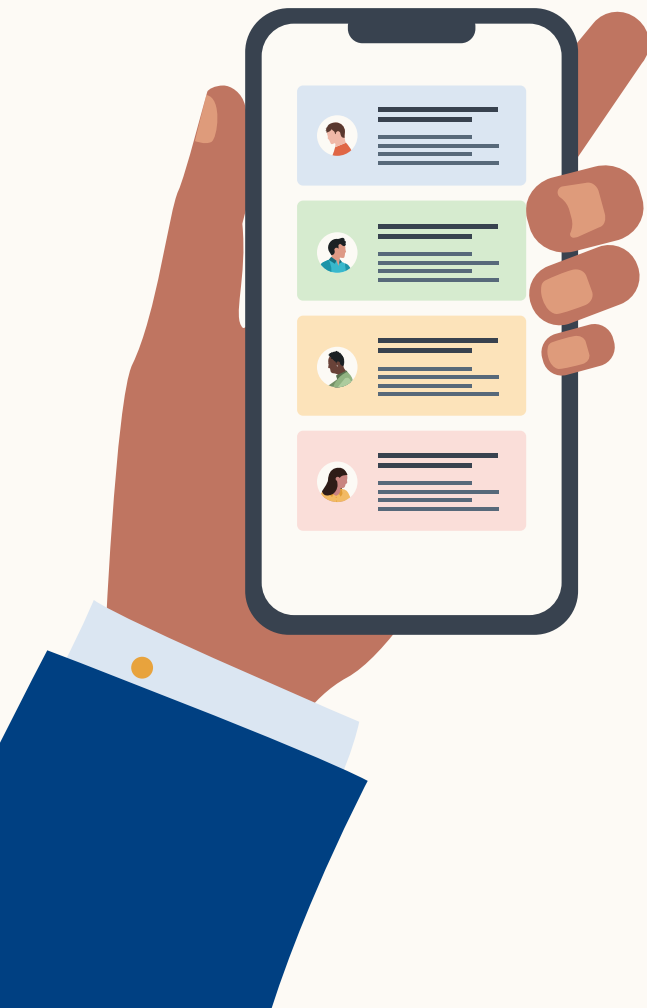
Werkwijze 3: Zoek warme contacten bij prospects en klanten

Zo doet Lyra Health dat



Dankzij LinkedIn-gegevens kunnen verkopers met Sales Navigator warme contacten en enthousiaste betrokkenen ontdekken bij klanten en prospects, een mooie ingang vinden en accounts via meerdere wegen benaderen, om zo binnen het hele aankoopteam relaties op te bouwen. Deze mogelijkheden worden bovendien nóg beter dankzij een functie die onlangs aan Sales Navigator is toegevoegd: de Relatieverkenner.

Dankzij Sales Navigator kunnen verkopers waardevolle connecties aangaan, vooral met leidinggevenden. De afgelopen 12 maanden heeft de gemiddelde Sales Navigator-gebruiker op LinkedIn 91 connecties gemaakt met leidinggevenden op directieniveau of hoger. Leden die Sales Navigator niet gebruiken, hebben maar 21 connecties gemaakt. Dat zijn er dus 4,3 keer zo weinig als Sales Navigator-gebruikers.



Lyra Health vertrouwt op Sales Navigator om meer inzicht te krijgen in prospects en klanten. ‘Een nieuwe markt betreden kan heel lastig zijn, zeker als je daar nog geen contacten hebt,’ vertelt Jeff Hawkes, Partnership Director bij Lyra Health. ‘Het maakt een groot verschil dat we de filters van Sales Navigator kunnen gebruiken om diep in de structuur van leidinggevendenden van organisaties te duiken. Op die manier vinden we de juiste mensen om te benaderen.’

‘LinkedIn Sales Navigator neemt de hindernissen weg die altijd tussen de verkoper en de prospect in hebben gestaan. Ik kan mensen nu veel persoonlijker benaderen in plaats van met de oude methoden van zomaar bellen of e-mailen.’



Jeff Hawkes

Partnership Director
bij Lyra Health

Brianna Lewke, Director of Go-to-Market Enablement, weet welke gevolgen dit heeft gehad voor de hoogwaardige service die het salesteam overal ter wereld kan leveren.

‘Dankzij LinkedIn Sales Navigator hebben we nu een heel betrouwbaar hulpmiddel met de meest actuele en nauwkeurige gegevens, zodat onze salesmensen op pad kunnen gaan, strategisch kunnen verkopen en met de juiste mensen gesprekken kunnen aangaan.’



Brianna Lewke

Director of Go-to-Market Enablement
bij Lyra Health

Met de TeamLink-functie van LinkedIn kunnen verkopers connecties vinden tussen medewerkers en besluitvormers bij potentiële klanten. Hawkes: ‘Dankzij [TeamLink] krijg ik een veel beter beeld van alle directieleden of hogere leidinggevendenden. Als ik weet dat mijn VP connecties heeft met de VP van een potentiële klant, kan ik van introducties profiteren die al vroeg in het verkoopproces tot zinvollere gesprekken leiden. Zonder Sales Navigator was dat niet mogelijk geweest.’

Lewke omschrijft de meerwaarde van LinkedIn als volgt: ‘Ik vind de resultaten van LinkedIn Sales Navigator ongelooflijk indrukwekkend.’

‘LinkedIn Sales Navigator heeft een cruciale rol gespeeld bij onze marktpenetratie,’ aldus Hawkes. ‘Een paar jaar geleden hadden we nog maar een miljoen verzekerden. Nu zijn dat er wereldwijd meer dan tien miljoen en dat worden er elke dag meer. Dat was gewoon niet mogelijk zonder tools als LinkedIn Sales Navigator.’

[Lees meer over het verhaal van Lyra Health →](#)

De juiste salestechnologie en de juiste werkwijzen leiden tot meer rendement

In het recente rapport 'The Future of B2B Sales: The Big Frame' heeft McKinsey & Company de kenmerken beschreven van de salesorganisaties die een succesvolle toekomst tegemoetgaan.

Deze kenmerken zijn ook te vinden bij de Masterclass-gebruikers van het deepsales-platform. Deze gebruikers vertrouwen

‘Succesvolle salesorganisaties weten hun best practices keer op keer te herhalen: optimaal gebruikmaken van gegevens, technologie en agile operationele modellen.’

‘The Future of B2B Sales: The Big Reframe’
– McKinsey & Company, november 2022

namelijk op de ongeëvenaarde gegevens van LinkedIn Sales Navigator en LinkedIn Sales Insights met werkwijzen die tot meer rendement leiden: ze richten zich op de accounts die binnen het profiel van hun ideale klant passen, benaderen kopers zodra die klaar zijn voor contact en weten wie de invloedrijkste besluitvormers binnen een account zijn.

De werkwijzen van de effectiefste salesorganisaties van tegenwoordig zijn gegevensgestuurd, gericht op de klant en gebaseerd op salestechnologie. Voor veel van de succesvolste organisaties vormt het deepsales-platform van LinkedIn de kern van deze werkwijzen, om de eenvoudige reden dat de technologie is bedoeld om leidinggevend te helpen de omzet te verhogen.

Meer informatie over het deepsales-platform van LinkedIn

[Sales Navigator](#) →

[Sales Insights](#) →

Bronnen

¹ 'Gartner Says Adaptable Sales Organizations Must Rethink Their Customer Understanding, Engagement and Operating Models', 17 mei 2022.

² Masterclass-gebruikers worden aan de hand van vier criteria gedefinieerd: (1) implementatie van LSN met (2) CRM-integratie, (3) implementatie van LSI en (4) LinkedIn Sales Enterprise-partners: een meerjarig contract met minimaal 80% LSS-gebruikers met een Salesforce-licentie die contact hebben met klanten.

³ Verkopers bij Masterclass-bedrijven die Sales Navigator gebruiken, sluiten grotere deals (+127%), vinden meer deals (+56%) via Sales Navigator en boeken meer omzet (72%) met door Sales Navigator beïnvloede deals op basis van een vergelijking uit 2022 van deals die door LinkedIn en Sales Navigator zijn beïnvloed (via meer dan 5 interacties) en deals die niet door LinkedIn en Sales Navigator zijn beïnvloed onder gemiddelde gebruikers van een CRM-systeem dat met Sales Navigator is geïntegreerd.

⁴ Greenhouse voldoet aan drie van de vier criteria voor Masterclass-gebruikers.

⁵ Het rendement van Greenhouse is t/m november 2022 gemeten.

LinkedIn Sales Solutions biedt een deepsales-platform waarmee u de kracht van LinkedIn kunt inzetten. Dat is het grootste professionele netwerk ter wereld met meer dan 900 miljoen leden waarmee salesprofessionals topverkopers kunnen worden. Het portfolio van het deepsales-platform van Sales Solutions, met [LinkedIn Sales Navigator](#) en nu ook [LinkedIn Sales Insights](#), werkt met gegevens op basis van personen en inzichten, zodat salesorganisaties zich kunnen richten op de accounts met de meeste kansen, in kaart kunnen brengen welke kopers klaar zijn voor contact en gedeelde connecties optimaal kunnen benutten om warme contacten te vinden.

LinkedIn Sales Solutions