

moving

**Your Partner for a Hassle-Free Move.
Let's Move Together.**

Inhoud

1	Begin hier	3
1.1	Let's move together	4
1.2	Kwalitatieve verhuisleads	5
2	Samenwerken	6
2.1	Leadprijzen	7
2.2	Aanmelden	7
2.3	Move Pro	8
2.4	Leads ontvangen	8
2.5	Leads reclameren	9
2.6	Aantal leads	11
2.7	Facturatie	12
3	Leadopvolging	13
3.1	Leadvoorbeeld	14
3.2	Leads bijhouden	15
3.3	Succes in 4 stappen	16
3.4	Iedere lead is anders	18
4	Statistieken	19
4.1	Successcore	20
5	Samenkomen is een begin	22

1. Begin hier

Met deze whitepaper leer je ons beter kennen en maken we je wegwijs binnen de wereld van leadopvolging. Je leert wat goede leadopvolging precies inhoudt en wat hierbij komt kijken. Daarnaast delen we de beste tips & tricks om samen jouw doelen te behalen en laten we zien waarom wij anders werken dan de meeste leadplatforms. Neem de tijd om deze whitepaper goed door te lezen, want dit verhoogt de kans dat je beter scoort met jouw leads. Neem contact op met één van onze accountmanagers als je na het lezen van de whitepaper nog vragen hebt.

1.1 Let's move together

Het begon allemaal met twee nomaden met een visie om verhuizen voor iedereen wat gemakkelijker te maken. We waren het grootste deel van ons leven 'on the move', waarbij onze families regelmatig van de ene naar de andere plaats moesten verhuizen. We wisten dus vrij jong al welke uitdagingen en obstakels gepaard gaan met verhuizen, en we waren vastbesloten om een betere manier te vinden.

Zo werd in 2001 Moving.nl geboren. We creëerden een revolutionair verhuisplatform dat mensen in staat stelde gemakkelijker betrouwbare en betaalbare verhuizers te vinden. We leerden de ins en outs van de verhuisindustrie en ontdekten hoe we alle verhuizingen die via onze website binnenstroomden, konden organiseren. Vaak door zelf letterlijk met eigen handen de verhuizing uit te voeren!

Naarmate ons platform groeide, kozen we zorgvuldig de meest geschikte verhuizers uit om samen met ons platform te groeien. We wilden samenwerken met verhuizers die onze visie deelden om verhuizen voor iedereen wat minder stressvol te maken. En zo creëren we hét netwerk van de beste verhuizers in de branche.

In de loop der jaren is Moving.nl uitgegroeid tot een belangrijke speler in de verhuisindustrie, gespecialiseerd in marketing en sales voor verhuisbedrijven. We hebben hard gewerkt aan het opbouwen van een reputatie als een betrouwbaar en waardevol platform, waarbij we niet alleen verhuizers koppelen aan de ideale klant maar ook ondersteunen op gebied van marketing en sales.

Bij Moving.nl begrijpen we dat verhuizen een ontmoedigende en stressvolle ervaring kan zijn. Daarom is ons team van verhuisexperts toegewijd om gepersonaliseerde ondersteuning en begeleiding te bieden bij elke stap van de verhuizing. Of je nu verhuist naar een andere stad of naar een ander land, ons team en onze verhuizers zijn er om je verhuizing tot een succes te maken.

Onze passie om mensen te helpen verhuizen heeft ons gedreven om hét verhuisplatform te worden waar je naar toe gaat om je verhuizing van A tot Z te regelen. We zijn toegewijd om de verhuiservaring voor ieder positief te maken en zullen er alles aan doen om dat doel te bereiken.

1.2 Kwalitatieve verhuisleads

In 2001 begonnen wij met het genereren van leads in de verhuisbranche. Inmiddels brengen wij vraag en aanbod samen via meer dan 10 platformen. Zo hebben wij al meer dan 150.000+ consumenten via ons platform aan verhuis professionals gekoppeld.

Via onze websites ontvangen we maandelijks 1500+ verhuisaanvragen. Er komen verschillende aanvragen binnen:

- Verhuizing particulier
- Verhuizing zakelijk
- Verhuizing internationaal
- Verhuiscontainer huren
- Opslagruimte huren
- Verhuislift huren
- Woningontruiming

Je ontvangt alleen leads die het beste bij jou verhuisbedrijf passen. Je kunt natuurlijk ook leads uit verschillende categorieën ontvangen. Neem contact op met één van onze accountmanager om dit te bespreken.

Wanneer jij je aansluit bij ons netwerk van verhuis professionals krijg je een persoonlijke accountmanager toegewezen. Je persoonlijke accountmanager is je vaste contactpersoon. Samen streven we naar de hoogste conversie voor jou op onze leads. Daarom dragen onze accountmanager de titel Move Pro. Als strategisch partner kijkt jouw Move Pro graag mee en bedenkt een systeem waarmee onze leads ervoor kunnen zorgen dat de doelen van je onderneming op lange termijn behaald worden. Soms betekent dit bijvoorbeeld ook dat jouw Move Pro een advies geeft voor aanpassingen op jouw website om voor een hogere slagingskans te zorgen. De taken van onze Move Pro's gaan dus veel verder dan enkel het instellen van gewenste regio's, aantallen of leadtypes.

Op naar een langdurige en vooral succesvolle samenwerking!

2. Samenwerken

Hieronder leggen wij je stap voor stap uit wat je kunt verwachten van een samenwerking met Moving. Van de aanmelding tot het instellen van je account en van het ontvangen van leads tot de facturatie hiervan.

2.1 Leadprijzen

De onderstaande prijzen gelden per enkele toegezonden offerteaanvraag in 2023 en zijn exclusief BTW.

SERVICE	TYPE	CATEGORIE	PRIJS excl. btw
Verhuisbedrijf	Internationaal	n.v.t.	€ 15,-
Verhuisbedrijf	Zakelijk	n.v.t.	€ 12,50
Verhuisbedrijf	Particulier	Één object	€ 6,50
Verhuisbedrijf	Particulier	Enkele stukken	€ 7,50
Verhuisbedrijf	Particulier	Deel van inboedel	€ 8,50
Verhuisbedrijf	Particulier	Gehele inboedel	€ 10,50

FILTERS	TOESLAG PER LEAD excl. btw
Weekenden uit	€ 1,-
Categorie filter	€ 1,-

2.2 Aanmelden

Je hebt jouw account met jouw Move Pro ingesteld. Je hebt de aanmelding bevestigd, waarna wij jouw account hebben geactiveerd. Vanaf nu gaan er leads naar je gestuurd worden. Hoe je de leads opvolgt vind je in het volgende hoofdstuk. Hieronder vind je eerst de stappen die direct na de aanmelding volgen.

2.3 Move Pro

Wat gaat er nu gebeuren? De Move Pro neemt het account, je doelen en de samenwerking met je door. Jouw Move Pro is gedurende de samenwerking je aanspreekpunt en neemt regelmatig contact met je op. Wil je iets wijzigen in je account? Dan kun je altijd zelf bellen of mailen.

Door persoonlijk contact te bieden, profiteer je van optimale ondersteuning bij het behalen van jouw resultaten. Zoals eerder aangegeven gaan onze Move Pro's verder dan alleen het instellen van gewenste regio's, aantallen en leadtypes. Wij weten uit ervaring dat een consument na jouw eerste belletje op jouw website gaat kijken en in jouw online reviews duikt. Als je hier steken laat vallen zal jouw Move Pro snel aan de bel trekken. Met dit soort snelle ondersteuning zorgen we ervoor dat er direct al een goede slagingspercentage wordt behaald met onze leads.

2.4 Leads ontvangen

Je account staat actief en we kunnen van start. We gaan nu ons best doen om leads te verzamelen. Dit doen we via verschillende online campagnes en via verschillende websites.

Vaak zijn dit campagnes via Google Adwords of social media. Alle campagnes zijn ingesteld op zoektermen waarbij er een duidelijke intentie is om een verhuisbedrijf in te huren. Hiermee zorgen we ervoor dat je alleen leads ontvangt van mensen die ook daadwerkelijk geïnteresseerd zijn in het inhuren van verhuizers.

De ene lead zit wat verder in zijn beslissingsproces dan de andere lead. Daarom is het belangrijk om de leads goed op te volgen. Zo behaal je een zo hoog mogelijk rendement. Later in het whitepaper gaan wij hier dieper op in. Bij het werken met leads kunnen er ook foute leads bij zitten. Gelukkig hebben wij hier ook een oplossing voor. Hier kun je meer over lezen op de volgende pagina.

2.5 Leads reclameren

Zodra een consument een aanvraag invult op de website, sturen wij deze direct door naar onze partners. Omdat de consument op dat moment bezig is met de aanvraag, maakt dit de kans op het inplannen van een afspraak groter. Echter kan het voorkomen dat er ook foute leads tussen zitten. Hiervoor hebben we een soepel retourbeleid.

Voor ongeldige leads hoef je niet te betalen. Blijf je dus vooral focussen op de leads met potentie. Het gemiddelde retourpercentage ligt tussen de 5-15%. Dit is afhankelijk van de regio en de type leads. Leads kun je binnen 5 dagen retourneren via de retourlink die in dezelfde mail staat als de lead. Door op de link te klikken kom je op een pagina waar je de retourreden kunt vermelden.

Reclamatiebeleid

Geldige redenen

- ✓ Zowel telefoonnummer als e-mail is incorrect / geen gehoor
- ✓ Buiten de regio of boven daglimiet
- ✓ Dubbel binnengekomen via Moving
- ✓ Verkeerde leadtype
- ✓ Spoedverhuizing

Ongeldige redenen

- x Consument kiest voor een andere partij
- x Consument verhuist toch zelf vanwege de kosten
- x Wil alleen een prijsindicatie of informatie ontvangen
- x Consument is reeds bekend via een ander kanaal

Alleen retouraanvragen met een bovenstaande geldige retourreden worden behandeld. Ons Happiness Team neemt altijd contact op met de consument. Dus niet alleen in geval van een reclamatie verzoek. Op basis van de terugkoppeling van de consument worden de retouraanvragen beoordeeld. Wanneer een retouraanvraag wordt goedgekeurd, wordt deze niet in rekening gebracht. Je ontvangt een mail met een goed- of afkeuring en de reden hiervan.

Het is belangrijk om er rekening mee te houden dat iedere lead (excl. goedgekeurde retouren) wordt gefactureerd, dus niet alleen de leads waar afspraken uit voortkomen. Wij bieden geen garantie tot een afspraak of opdracht. Daarom is het belangrijk om leads goed op te volgen. Wij zorgen voor de leads maar het gedeelte 'verkoop' is compleet in jouw handen.

2.6 Aantal leads

Hoeveel leads je ontvangt, bepaal je geheel zelf. De keuze van het aantal leads bepaalt voor een groot deel ook of je jouw gewenste doelen kunt behalen. Met te weinig leads wordt het lastig om veel opdrachten te scoren en je agenda voldoende op te vullen. Ook is het bij de keuze van het aantal leads belangrijk om er zeker van te zijn dat je alle leads ook daadwerkelijk kan opvolgen. Verder hangt het altijd van de grootte van de ingestelde gebieden af hoeveel leads je kunt ontvangen. De mogelijkheden leggen wij hieronder uit.

Geen limiet

De meest voorkomende keuze is 'geen limiet'. Dit houdt in dat je alle leads ontvangt die in jouw gekozen werkgebied binnenkomen. Dit heeft een aantal voordelen:

- ✓ Je mist geen enkele lead in jouw werkgebied
- ✓ Je ontvangt de leads verspreid over de dag
- ✓ Je ontvangt ook de leads waar minder concurrentie op is

Limiet

Er is een mogelijkheid om een limiet in te stellen op het aantal leads dat je ontvangt. Dit kun je bijvoorbeeld doen als er meer leads binnenkomen dan je kunt oppakken. Is dit het geval, dan kun je contact opnemen met je Move Pro. Een limiet is altijd ingesteld op basis van de leads exclusief goedgekeurde retouraanvragen. Dit zijn dus de leads die in rekening worden gebracht.

Daglimiet

Met een daglimiet zet je een maximum op het aantal leads dat je op een dag wilt ontvangen. Indien je een daglimiet van 5 hebt, maar er komen 2 leads binnen in jouw werkgebied, dan ontvang je er uiteraard maar 2.

Het nadeel van een daglimiet is dat de limiet 's ochtends al behaald kan worden. Hierdoor ontvang je de rest van de dag geen leads meer.

2.7 Facturatie

Op iedere eerste werkdag van de maand worden de leads van de afgelopen maand gefactureerd. Binnen 7 dagen wordt het factuurbedrag automatisch geïncasseerd van het door jou opgegeven bankrekeningnummer. Het gefactureerde bedrag is het bedrag zoals het systeem het op dat moment aangeeft.

Wordt een retouraanvraag goedgekeurd in de nieuwe maand, dan staat deze als credit op de eerstvolgende factuur die je ontvangt. Dit is een maand later. Deze zijn duidelijk te herkennen op de factuur, omdat de maand erbij staat. Een verzonden factuur kan dus niet meer worden aangepast.

Samen met de factuur wordt een specificatie verstuurd. Dit is een uitgebreid overzicht van alle leads die in de afgelopen maand verstuurd zijn. Ook zie je de status van de leads wanneer ze zijn geretourneerd of nog in behandeling zijn.

3. Leadopvolging

Een juiste leadopvolging is zeer belangrijk. Dit is essentieel voor het bepalen van een goed rendement op de leads. In dit hoofdstuk leggen wij de stappen voor het opvolgen van de leads uit.

3.1 Leadvoorbeeld



Verhuisaanvraag #id814 Giavanni den Hartog

Verhuisgegevens

Type verhuizing:	Particulier
Verhuisdatum:	Flexibel - april 7, 2023 / april 14, 2023
Verhuisvolume:	Gehele inboedel
Extra diensten:	Verhuislift
Aantal slaapkamers:	5 of meer
Inlaadadres:	Marquette 13, 8219AN Lelystad Google Maps
Type woning:	Vrijstaande woning
Uitlaadadres:	Randmeersingel 3, 1024MP Amsterdam Google Maps
Type woning:	Vrijstaande woning

Contactgegevens

Naam:	Dhr. Giavanni den Hartog
Telefoon:	0619151231
E-mail:	g.denhartog@hotmail.com
Opdrachtschrijving:	Alleen grote stukken verhuizen. Wellicht een verhuislift nodig. Totaal inboedel geschat op 40m3.
Best bereikbaar:	Middag, Avond

3.2 Leads bijhouden

Het is enorm belangrijk om bij te houden wat er met de leads gebeurt. Zo kun je samen met je Move Pro de resultaten meten en bespreken. Om leads goed bij te houden is het belangrijk dat het sales team een systeem heeft voor het opvolgen van de leads en de administratie die hierbij komt kijken.

Wanneer je een CRM systeem gebruikt, adviseren wij om alles daarin bij te houden. Op de volgende pagina's leggen we je uit hoe je met een goed systeem een hogere successcore kunt behalen met leads.

3.3 Succes in 4 stappen

Zonder een solide opvolgsysteem kun je geen hoge successcore behalen. Hieronder zoomen we in op een voorbeeld systeem die je kunt gebruiken om jouw doelen te behalen.

Stap 1. Lead ontvangen

Een consument uit jouw regio heeft een aanvraag ingediend en deze komt via de mail of via je CRM systeem bij je binnen. De consument wil een vergelijking maken en is daarom op zoek naar informatie van meerdere partijen.

- ✓ Zorg dat de lead direct naar het juiste e-mailadres wordt verstuurd waaruit je verkoper werkt.
- ✓ Maak een apart mapje aan in de mailbox voor de leads om verwarringen te voorkomen.
- ✓ Maak een apart mapje aan in de mailbox om reclamaties bij te houden.
- ✓ Leads komen verspreid over de dag binnen dus zorg dat je verkoper ook op zijn mobiel meldingen krijgt van nieuwe leads.

Stap 2. Opvolgen van de lead

Wij sturen leads die bij ons binnenkomen direct op omdat we geloven dat hierdoor jouw successcore veel hoger wordt. Een lead die te lang blijft liggen wordt gauw minder waard. Met dit in gedachte is het dus uiterst belangrijk dat je de lead zo snel mogelijk opvolgt. Het liefst binnen 10 minuten na ontvangst. Zo is de kans erg groot dat de consument nog altijd bezig is met vergelijken en informatie zoeken online.

- ✓ Bel zo snel mogelijk - het liefst binnen 15 minuten na het ontvangen van de aanvraag.
- ✓ Maak gebruik van meerdere kanalen om de consument te bereiken (Bellen/Mail/SMS/WhatsApp).
- ✓ Laat in je mailbericht ook je persoonlijke Calendly link achter zodat de consument zelf een afspraak kan inboeken met jou.
- ✓ Koppel je Calendly afspraken met je Google Agenda.
- ✓ Probeer er achter te komen in welke fase de consument zit. Ieder laat met een ander doel zijn gegevens achter.

Stap 3. Afspraak inplannen

Je hebt contact met de consument en weet wat zijn of haar behoeftes zijn. Nu ga je een afspraak proberen te maken.

- ✓ Stel de juiste vragen en vraag goed door. In welk stadium is de consument?
- ✓ Vraag wat de consument belangrijk vindt zodat je achterhaalt op welk vlak de consument vergelijkt en een keuze maakt.
- ✓ Stuur aan op een afspraak. Jij bent de expert en biedt maatwerk. Breng dit over op de potentiële klant.
- ✓ Gebruik reviews en echte referenties om de consument een beter beeld van jouw bedrijf te geven.
- ✓ Zorg dat je website goed in elkaar zit en betrouwbaar overkomt. Echte foto's, reviews, je contactgegevens en algemene voorwaarden: check!

Stap 4. Offerte uitbrengen en scoren

Check tijdens de afspraak nogmaals de behoeftes van de consument en verwerk dit in een passende offerte. Stuur de offerte naar de consument en probeer de opdracht binnen te halen.

- ✓ Spreek af wanneer de potentiële klant de offerte ontvangt en hou je aan de afspraak.
- ✓ Spreek een vervolg contactmoment af voor het bespreken van de offerte. Let op: volg altijd je offerte op!
- ✓ Neem zelf het initiatief in de communicatie, jij bent de expert en jij bent er om al de vragen te beantwoorden.
- ✓ Blijf focussen op jouw onderscheidende vermogen.
- ✓ Achterhaal of het nodig is om een tweede, nog scherpere offerte te sturen.

3.4 Iedere lead is anders

Een hogere successcore behalen is een proces en gaat niet over 1 dag ijs. Iedere consument is anders en dient ook anders behandeld te worden. Blijf continu nadenken hoe je dit het beste zou kunnen doen.

Bedenk ook dat sommige consumenten wat langer de tijd nodig hebben om daadwerkelijk de opdracht te laten uitvoeren en anderen willen het juist direct. Houd er rekening mee dat het resultaat soms wat langer op zich kan laten wachten. Speel hierop in tijdens het opvolgingsproces en spreek af wanneer je de consument in de toekomst gaat bellen.

Vraag ook na waarom een opdracht niet naar jou is gegaan, maar naar een concurrent. Zo krijg je waardevolle informatie terug die je kunt gebruiken bij de volgende lead. Zorg ervoor dat je iedere stap en alle feedback noteerd. Hierdoor zie je precies hoe het ervoor staat met je leads. Jouw Move Pro kan je dan ook beter helpen met het inrichten van het opvolgingsproces van je leads.

4. Statistieken

Wil je weten of je goed op weg bent met het behalen van jouw doelen? Dan is het belangrijk om tussentijds analyses te maken en te kijken naar jouw rendement. Dit doe je aan de hand van de data die je continu bijhoudt. Hieronder vind je een aantal voorbeelden hoe je kunt berekenen wat je kosten en opbrengsten zijn. Ook kun je hiermee eenvoudig zien waar je nog verbeteringen kunt maken.

METEN = WETEN

4.1 Successcore

Voordat analyses gemaakt kunnen worden is het belangrijk een doel te stellen voor jezelf. Wat wil je precies bereiken met de afname van leads? Neem je leads af om je klantenbestand uit te breiden, gaten in je agenda op te vullen of voor extra omzet? Jouw Move Pro helpt je graag met het analyseren of de vooraf gestelde doelen gerealiseerd kunnen worden. Hieronder zie je een voorbeeld van zo'n analyse.

Voorbeeld

Je hebt 12 leads ontvangen. Hiervan gaan er 2 retour, er blijven 10 leads over.

Met 5 consumenten heb je een afspraak ingepland. Je mag naar alle consumenten waar je op afspraak bent geweest een offerte sturen.

Hier komen 2 opdrachten uit met een gezamenlijke waarde van €2.400. De 10 leads worden gefactureerd met een gemiddeld bedrag van €75 (10x€7,50).

Hier heb je voor €2.400 aan omzet uit binnengehaald.

In dit voorbeeld wordt uitgegaan van een gemiddelde successcore van 2/10. De successcore verschilt echter per bedrijf. De leadopvolging bepaalt hoe goed je scoort. Als je maar een paar leads per maand ontvangt, kan het dus wat langer duren voordat er een opdracht uitkomt. Dit heeft ermee te maken dat niet iedere lead een opdracht wordt. Ook de doorlooptijd van lead naar opdracht speelt hierin mee. Sommige leads zullen snel overgaan tot een aankoop of beslissing, terwijl andere leads zich wat langer in de oriëntatiefase bevinden.

- ✓ Houd er rekening mee dat het werken met een leadgenerator anders is dan het verkrijgen van leads vanuit eigen kanalen. Het heeft enige tijd nodig voordat jouw lead opvolgingsproces optimaal is. Hierdoor kan het voorkomen dat je de eerste periode minder conversie hebt dan daarna.
- ✓ Je hebt ook te maken met de doorlooptijd. Hierdoor kan het even duren voordat het gewenste doel wordt behaald.

Gemiddeld zien we bij bedrijven een scoringspercentage van lead naar deal van 2 op 10.

5. Samenkomen is een begin

We kijken uit naar een succesvolle maar vooral gezonde en langdurige samenwerking waarin wij jou als strategisch partner de beste ondersteuning bieden. We gaan samen aan de slag met het behalen van jouw gewenste doelen.

We hopen dat je deze whitepaper aandachtig hebt gelezen, zodat je goed van start kunt gaan met het opvolgen van de leads. Mocht je nog vragen hebben of meer informatie en tips nodig hebben, dan kunnen we dit altijd bespreken.

Samenkomen is een begin; samenblijven is vooruitgang; samenwerken is succes.

Met vriendelijke groet,

Team Moving.nl - Let's Move Together.