



10 JAAR HM- SUPPORT: WAT LEVERT DAT OP?

In gesprek met FourPoints



heuvelmarketing[©]



“We gingen van ‘wij doen alles voor iedereen’ naar ‘wij zijn goed in BI en werken voor het MKB+.’ En dat werkt als een trein.”

Remco van Vliet
FourPoints

Wat heb je aan een goede HubSpotpartner? Is het succes van de samenwerking in cijfers uit te drukken? Hoe belangrijk is vertrouwen? Welke taken besteed je uit en wat kan je beter zelf doen? Deze vragen stelden we aan Remco van Vliet, Operations Manager bij BI-specialist FourPoints. Het bedrijf is HubSpotgebruiker van het eerste uur en al tien jaar klant bij Heuvel Marketing. Omdat wij in 2020 tien jaar HubSpotpartner zijn, waren we nieuwsgierig. Want hoe heeft één van onze eerste klanten het afgelopen decennium beleefd? We spraken Remco op het FourPoints hoofdkantoor en kregen koffie, verhalen én een berg complimenten mee voor thuis.

Nieuwe doelgroep

FourPoints is expert op het gebied van business intelligence. Net als tien jaar geleden eigenlijk, maar toen werden de medewerkers vooral als extra handjes gedetacheerd. “We hadden een kleine groep grote klanten,” vertelt Remco. “Onhandig, want daardoor mocht er niets misgaan. Ook deden onze experts veel standaard klussen, terwijl ze veel meer in huis hadden.” De klantenkring moest daarom worden uitgebreid: meer kleinere bedrijven met uitdagende opdrachten, vond Gerrit, één van de partners. Dat doel vroeg om sterke marketing, een bij FourPoints ondergesneeuwd onderwerp. Dus verdiepte Gerrit zich in het grote aanbod marketingtools en stuitte zo op HubSpot. “We hebben meteen gezegd: dit is onze marketingtool,

maar we gaan het niet alleen implementeren,” herinnert Remco zich. En dus werd Heuvel Marketing aan boord gehaald? “Precies. En zo werken we nu al tien jaar samen.”

All-in met HubSpot

Remco was destijds nog consultant, maar weet nog precies wat er gebeurde toen FourPoints met HubSpot begon. “We gingen meteen all-in,” lacht hij. Hij vertelt dat er binnen enkele weken een kunstwerk aan datastromen ontstond, binnen en buiten de tool. Weer een paar weken later lagen er white papers waar je collega's in printvorm een flinke klap mee kan verkopen*. Remco: “Websitebezoekers die iets aanvroegen kregen zeven mails; blogs hadden de grootte van white papers: het was groots! Alles ging op de groei, zodat we later niet tegen beperkingen aan zouden lopen.” Ook hij en salescollega John doken in HubSpot en behaalden in korte tijd een flinke set certificaten. Daarnaast werd de website omgebouwd tot een sales- en marketinginstrument. Alles in één keer.

**Dat kan echt, de 10 need to knows rond BI bestaat in boekvorm*

De inbound motor

De vliegende start was misschien iets té vliegend, zo merkte Remco al snel. Toen hij manager operations werd, ging hij zich daarom meer met marketing en sales bemoeien. “We hadden de juiste tools, maar het ontbrak aan strategie en discipline,” vindt hij.

Onze BI-professionals hadden andere dingen aan hun hoofd en schreven erg technisch. We hadden behoefte aan visionaire content, afgestemd op een specifieke doelgroep.” En dus ging het roer om. HM-er Florie kreeg de verantwoordelijkheid over de planning en sloeg aan het schrijven. Er kwam een duidelijke doelgroepomschrijving en de website kreeg een nieuw jasje. Workflows werden verkort en ontwikkeld volgens de fases Awareness-Consideration-Decision. Lead scoring hielp FourPoints om de intentie van leads beter in te kunnen schatten. Langzaam maar zeker begon de inbound motor te ronken.

FourPoints in 2020

Flash forward naar 2020. Dankzij de combinatie HubSpot en Heuvel Marketing levert de website van FourPoints momenteel tientallen leads per maand op- een behoorlijk aantal.

“Op het moment dat je het contract erbij moet pakken, ga je eigenlijk een stap te ver.”

Remco van Vliet
FourPoints

“We gingen van ‘Wij doen alles voor iedereen’ naar ‘Wij zijn goed in BI en werken voor het MKB+’. Dat werkt als een trein”, vertelt Remco. “Ook kwamen we er dankzij lead kwalificatie achter dat kleine gemeentes de FourPoints-expertise goed kunnen gebruiken.” FourPoints werkt daarom steeds vaker met deze doelgroep, die in tegenstelling tot grote banken en multinationals graag (en trots) vertelt over hun BI-tools. “Kleinere gemeentes zijn onze ideale klanten,” vertelt Remco. “We kunnen hen echt helpen, de samenwerking is persoonlijk en draait op vertrouwen. En dankzij hun enthousiasme worden wij bekender in de markt.”



Alles op vertrouwen

Over samenwerking gesproken: hoe blij is FourPoints eigenlijk met Heuvel Marketing? “Het contact met jullie loopt zoals wij zelf willen werken met klanten,” zegt Remco. “We werken op basis van vertrouwen. Op het moment dat je het contract erbij moet pakken, ga je eigenlijk een stap te ver en is het vertrouwen vaak weg, vind ik.” Ook noemt Remco het pragmatisme. “Jullie weten enorm veel en lopen voorop met inbound, maar boven alles voelen jullie aan wat we nodig hebben. Eén mailtje naar Florie en het wordt geregeld. Het is tweerichtingsverkeer, en dat is het eigenlijk al tien jaar.” Tweerichtingsverkeer is in het geval van FourPoints en Heuvel Marketing letterlijk. Zo werkt Remco momenteel aan een BI-integratie met de Heuvel Marketing planningstool zodat het HM-team meer inzicht krijgt in declarabele uren en werklust.

Bijblijven met marketingtrends

Of Remco nog met marketing- en salesproblemen loopt? “Eén maar, en dat is een luxeprobleem,” lacht hij. “We hebben te weinig tijd om de leads op te volgen. Daarom helpt HM-er Bas ons om efficiënter te werken en krijgen we binnenkort salesversterking.” Voor nieuwe stappen in marketing en sales klopt Remco graag bij Robbert aan. “Robbert houdt ons op de hoogte van ontwikkelingen rondom marketing- en salestools en betreft ons vaak als launching customer als hij nieuwe dingen wil testen,” vertelt hij. “Dat is enorm belangrijk, want zo haalt hij ons uit het nu. We hebben weinig tijd om de laatste marketing- en salesontwikkelingen in de gaten te houden, terwijl Robbert ze van mijlenver ziet aankomen. Hij was al met bots en account based marketing bezig toen je er nog niemand over hoorde.”

“Robbert betreft ons vaak als launching customer wanneer hij iets wil testen- daarmee haalt hij ons uit het nu.”

Remco van Vliet
FourPoints

Over Fourpoints

Bij FourPoints zien ze BI als de oplossing om IT en bedrijfskunde met elkaar te verbinden en begrijpelijk te maken. Of je nou kiest voor een consultancy traject, een oplossing op maat of een van hun medewerkers in jouw bedrijf, ze werken altijd vanuit hetzelfde basisprincipe: de mens staat centraal. Met ruim 25 jaar ervaring in BI heeft FourPoints de kennis in huis om voor elke organisatie een goede oplossing te bedenken. Meer weten over FourPoints? Kijk eens op hun website: www.fourpoints.nl



Over Heuvel Marketing

Over het algemeen is Team Heuvel Marketing een bescheiden club mensen. Maar op één ding zijn we allemaal trots: we geloven heilig in inbound – in welk aspect van bedrijfsvoering je het dan ook wilt toepassen. Als eerste partner van Europa werken we het liefst met automation software HubSpot.



024 - 669 00 23



info@heuvelmarketing.com



www.heuvelmarketing.com