

Hoe doe je leadgeneratie met Claude?

Startpakket bij de gratis gids: alle prompts, checklists en beslisregels op een rij. De volledige uitleg, met schermen, staat in de gids: <https://hetailokaal.nl/guides/claude-leadgeneratie>

Prompt 1: projectinstructies

Je bent de sales-researcher van [bedrijfsnaam]. We verkopen [aanbod in één zin] aan [type bedrijven] in [regio].

Je werkt altijd volgens deze regels:

1. Je gebruikt het ICP-document in de projectkennis als maatstaf. Past een account er niet in, dan zeg je dat, ook als ik er enthousiast over ben.
2. Bij elk feit over een bedrijf of persoon zet je de herkomst: [CRM], [web, met datum] of [aanname]. Een aanname maak je nooit tot feit.
3. Je noemt eerst drie redenen waarom een account níét past, daarna pas redenen waarom wel.
4. Berichten schrijf je in het Nederlands, in de je-vorm, kort en zonder verkooptaal. Maximaal 90 woorden, één haakje per bericht, geen bijlagen of links in het eerste bericht.
5. Je verzint geen cijfers, klantnamen, resultaten of citaten. Weet je iets niet, schrijf dan [onbekend].
6. Wijzigingen in ons CRM stel je eerst voor als lijstje (veld, oude waarde, nieuwe waarde). Je voert ze pas uit als ik "akkoord" typ.
7. Persoonsgegevens gebruik je alleen als ze zakelijk en openbaar zijn of al in ons CRM staan.

Onze toon: [bijvoorbeeld: nuchter, direct, geen uitroeptekens].

Wat we nooit beloven: [bijvoorbeeld: resultaten binnen een vaste termijn].

Prompt 2: ICP uit je eigen klanten

Hieronder staat een export van onze klanten van de afgelopen [periode], zonder persoonsgegevens. Kolommen: sector, medewerkers, regio, hoe binnengekomen, looptijd, ons oordeel (goed / gemiddeld / slecht).

[plak de export of upload het bestand]

Maak ons ICP-document van maximaal één A4:

1. Vijf kenmerken die de klanten met oordeel "goed" delen en de klanten met "slecht" niet. Geef per kenmerk hoeveel klanten het onderbouwen.
2. Minstens drie harde uitsluitingen: wanneer beginnen we er niet aan, hoe aantrekkelijk het ook lijkt.
3. Twee of drie koopsignalen: wat gebeurde er bij goede klanten vlak voordat ze klant werden, voor zover dat uit de data blijkt.
4. Per rol die bij ons koopt (beslisser, gebruiker, beïnvloeder) een persona van vijf regels: doel, grootste zorg, waar ze op letten, welk woord ze gebruiken voor ons soort dienst, waarom ze zouden afhaken.

Regels: gebruik alleen wat in de data staat. Wat je vermoedt, markeer je als [aanname]. Stel aan het eind maximaal vijf vragen die ik moet beantwoorden om het document scherper te maken.

Prompt 3: accountbrief met score

Onderzoek [bedrijfsnaam], [website], voor een eerste benadering. Gebruik het web en, als die gekoppeld is, ons CRM.

Lever een brief van maximaal één pagina:

1. Wat doet het bedrijf, voor wie, hoe groot (alleen wat je kunt vinden).
2. Koopsignalen van de laatste 6 maanden, elk met herkomst en datum: [CRM] of [web, datum].
3. Wat staat er al in ons CRM over dit bedrijf (contacten, eerdere deals, laatste contact)?
4. Drie redenen waarom dit account níét in ons ICP past.
5. Drie redenen waarom wel.
6. Score: A (past en recent signaal), B (past, geen signaal), C (past niet). Leg in één zin uit waarom.
7. Eén haakje voor een eerste bericht: het meest concrete en recente feit, met herkomst.

Kun je iets niet vinden, schrijf dan [onbekend]. Gebruik geen informatie ouder dan 12 maanden als haakje.

Prompt 4: eerste bericht en twee opvolgers

Schrijf op basis van de accountbrief hierboven een eerste bericht aan [naam, functie] bij [bedrijf], via [e-mail / LinkedIn-bericht].

Opbouw van het eerste bericht, maximaal 90 woorden:

1. Het haakje uit de brief, als feit, zonder compliment.
2. De vraag die dat feit oproept.
3. Eén zin over wat wij doen, in de woorden uit ons ICP-document.
4. Een vraag die met ja of nee te beantwoorden is.

Schrijf daarna twee opvolgers:

- Opvolger 1 (na [5] werkdagen): een nieuw, klein inzicht of een vraag, geen "ik wilde even checken".
- Opvolger 2 (na nog [7] werkdagen): kort afsluiten en de deur openhouden.

Regels: je-vorm (of u-vorm als ik dat aangeef), geen uitroeptekens, geen links, geen bijlagen, geen verzonden resultaten of klantnamen. Geef bij elk bericht in één zin aan welk feit uit de brief je gebruikt. Schrijf drie varianten van zin 1, zodat ik kan kiezen.

Prompt 5: gespreksbrief

Ik heb [datum] een verkenningsgesprek van [duur] met [naam, functie] van [bedrijf]. Hun reactie op ons bericht: [plak].

Maak een gespreksbrief van één pagina:

1. Wat we al weten (uit de accountbrief en het CRM), met herkomst.
2. Onze kwalificatie tot nu toe: probleem, persoon, timing, budget. Per punt: ja / nog niet / onbekend, met reden.
3. Vijf open vragen die de "onbekend"-punten invullen. Begin met de vraag die het meest oplevert. Geen vragen waarvan het antwoord al in de brief staat.
4. De drie bezwaren die we het meest kunnen verwachten, gezien hun situatie en ons ICP-document, met per bezwaar een eerlijk antwoord van twee zinnen. Geen trucs, geen druk.
5. Wat een goede uitkomst van dit gesprek is (één concrete volgende stap).

Verzin geen feiten over het bedrijf. Wat je niet weet, wordt een vraag.

Checklist: Wat haal je uit deze gids?

- ☐ **Een ICP-document van één pagina** met wie wel past, wie niet, en waarom.
- ☐ **Een Claude-project dat je klant al kent**, zodat je niet elk gesprek opnieuw hoeft uit te leggen wat je verkoopt.
- ☐ **Per account een brief, een score en een eerste bericht** met één concreet haakje, geen sjabloon met {voornaam}.
- ☐ **Een schone pipeline**: na elk contact een notitie, een taak en een volgende stap in je CRM.

Checklist: Wat doe je direct na het gesprek?

- ☐ Plak je notities of het transcript in hetzelfde gesprek en vraag om een samenvatting: besluiten, open punten, volgende stap met datum.
- ☐ Werk de kwalificatie bij: welke "onbekend" is nu ja of nee?
- ☐ Laat een follow-upmail als concept schrijven, met alleen wat jullie echt hebben afgesproken.
- ☐ Zet notitie, taak en volgende stap in je CRM, via een connector of met de hand.

Wie doet wat in dit systeem?

Taak	Wie	Klaar als
ICP en uitsluitingen vastleggen	Jij, Claude stelt voor	Eén pagina, met minstens drie harde uitsluitingen
Accounts onderzoeken en scoren	Claude	Brief met herkomst per feit (CRM of web) en een A/B/C-score
Eerste bericht en opvolgers	Claude schrijft, jij verstuurt	Eén haakje per bedrijf, jij hebt elk bericht gelezen
Kwalificeren	Jij, met Claude als sparringpartner	Oordeel plus reden in het CRM
CRM bijwerken	Claude via een connector, na jouw akkoord	Notitie, taak en volgende stap na elk contact

Hoe ziet een goed ICP-document eruit?

Onderdeel	Wat je invult	Voorbeeld (fictief installatiebedrijf als klant)
Past wel	Vijf kenmerken, meetbaar	40 tot 150 medewerkers, eigen monteurs in dienst, werkt met een planningssysteem
Past niet	Minstens drie harde uitsluitingen	Geen eigen monteurs, onderdeel van een buitenlands concern, beslist centraal buiten Nederland
Koopsignalen	Wat gebeurt er vlak voor een aankoop	Vacatures voor monteurs of planners, een nieuwe vestiging, een nieuwe operationeel directeur
Rollen	Beslisser, gebruiker, beïnvloeder	Directeur-eigenaar, planner, hoofd service
Hun woorden	Hoe zij het probleem noemen	"De planning loopt vast", niet "capaciteitsoptimalisatie"

Welke vragen beantwoord je voor elke lead?

Vraag	Ja als	Nog niet als
Is het probleem er echt?	Ze noemen het zelf, in hun eigen woorden	Alleen jij ziet het probleem
Praat je met de juiste persoon?	Beslisser, of iemand die je aan de beslisser kan voorstellen	Geen idee wie beslist
Speelt het nu?	Er is een aanleiding of een datum	"Misschien volgend jaar"
Is er ruimte in het budget?	Budget bekend, of een route om het te krijgen	Onbekend, en niemand die het weet

Het AI Lokaal · hetailokaal.nl · Gecontroleerd op 24 september 2026. ChatGPT Ads is een bèta: menu's en functies kunnen per account verschillen.