ALS JE AL HANDIG BENT MET CLAUDE

EEN BELLIJST IN 1 UUR: ALLE PROMPTS

Vooraf: werk in een Project per markt. Claude zoekt vanzelf op internet; reken op 5 tot 10 minuten per zoekronde. Kies één markt en één toepassing per lijst. Vervang alleen de teksten tussen [blokhaken]. Deel geen klantnamen of contactgegevens van bestaande klanten.

1 VERTEL CLAUDE WIE JE ZOEKT

DOEL Vind en kwalificeer [TYPE BEDRIJVEN] in [REGIO/LANDEN] die passen bij [JOUW PRODUCT OF TOEPASSING]. Doel: een bellijst voor eerste afspraken met beslissers. Wel: bedrijven waar nu een relevant commercieel gesprek mogelijk is.

WAT IK LEVER [Wat je levert en welk probleem het oplost, in 2 à 3 zinnen.]

MATCH Bedrijven die aantoonbaar te maken hebben met [KERNPROBLEEM] en waarvoor [JOUW OPLOSSING] logisch is.

UITSLUITEN Pure handelaren of resellers; adviesbureaus zonder eigen uitvoering; bedrijven zonder eigen technische besluitvorming; [eigen uitsluiting].

ZOEKREGELS Zoek actief op internet. Controleer per bedrijf eigen productie, engineering, installatie of technische dienst. Voorrang aan groei, investeringen of veranderdruk. Eén bedrijf is één regel. Verzin niets; kun je iets niet bevestigen, zeg dat dan.

Dit is een toepassingscase bij een van onze beste klanten (geanonimiseerd): [branche, omvang, wat ze afnemen, waar het in de machine zit]. Pas je zoekcriteria hierop aan en vertel me kort welke criteria je gebruikt, voordat je gaat zoeken.

2 LAAT CLAUDE BEDRIJVEN MET EEN AANLEIDING VINDEN

Zoek nu op internet naar bedrijven die passen bij mijn zoekopdracht en de voorbeeldklant. Zoek per bedrijf een concrete aanleiding om nu te bellen: vacatures, investeringen, nieuwe machines of productlijnen, beursdeelnames, overnames of een nieuwe directeur. Maak een tabel met de 20 tot 30 meest kansrijke bedrijven, gerangschikt op kans, met: bedrijf, plaats en land, website, waarom relevant (1 zin), aanleiding + bron + datum, technische context, bedrijfsgrootte, zekerheid (zeker / waarschijnlijk / mogelijk) en kansscore 1 tot 5. Wees eerlijk: zet "mogelijk" als je iets niet kunt bevestigen. Vul niet aan met zwakke bedrijven.

Daarna bijsturen, 2 à 3 rondes: "De [type] zijn raak, de [type] kunnen eruit. Heb je nog meer [type] met een actuele aanleiding? Vul aan tot 25."

3 MAAK JE LIJST BELKLAAR

Zoek per bedrijf de beslisser voor [JOUW PRODUCT]. Denk na over wie het risico draagt en wie over de leverancier beslist. Gebruik LinkedIn en de bedrijfswebsite als bron. Voeg toe: rol, naam (alleen als je die echt hebt gevonden, anders "onbekend"), LinkedIn-profiel en een tweede contact. Verzin geen namen.

Zet daarna alles in één tabel in belvolgorde: eerst de bedrijven met een harde, recente aanleiding en een gevonden beslisser. Kolommen: volgorde, bedrijf, naam, rol, telefoonnummer, LinkedIn, aanleiding (één zin), bron. Bedrijven zonder naam of aanleiding onderaan, met wat er nog ontbreekt. Maak er een Excel-bestand van.

Startpunt beslisser: tot 50 medewerkers de directeur; 50 tot 250 directeur, hoofd inkoop of technisch directeur; daarboven de manager met het probleem. **Geen naam?** LinkedIn: `("Technical Director" OR CTO) AND "Bedrijfsnaam" NOT (Consultant OR Recruiter)` . **Mobiel nummer:** Lusha-extensie op het LinkedIn-profiel, of Lusha als connector in Claude. **Altijd zelf checken:** klopt de functie nog en klopt de bron?

De lijst is het makkelijke deel.
Wat je zegt als er wordt opgenomen, beslist of je binnenkomt. Daarvoor is Het Outdo Sales Programma voor de Techniek.

OUTDO.NL/GESPREK