



Kurt Ghijsbrecht: waarom sales en marketing samen sterker zijn

Inleiding

In deze aflevering van *Elk stapje telt* spreekt Geert Hoffbauer met Kurt Ghijsbrecht, co-founder van Markies. Hij deelt zijn inzichten over de samenwerking tussen sales en marketing, waarom deze afdelingen vaak als aparte silo's werken en hoe bedrijven deze kloof kunnen dichten.

Met meer dan 25 jaar ervaring in business transformatie weet Kurt precies hoe je sales en marketing op één lijn krijgt om echte impact te maken. In deze aflevering ontdek je:

- Waarom sales en marketing elkaar soms tegenwerken
- Hoe de CEO (onbewust) silo's kan versterken
- Hoe bedrijven consistente klantcommunicatie kunnen realiseren
- Welke strategieën écht werken om sales en marketing samen te laten groeien

Klaar om de samenwerking tussen deze twee afdelingen naar een hoger niveau te tillen?

Inhoudstafel

- **Introductie en welkom** – 0:00
- **Sales en marketing: concurrentie of samenwerking?** – 0:30
- **Wie is Kurt Ghijsbrecht? Zijn achtergrond en expertise** – 2:10
- **Waarom sales en marketing vaak apart opereren** – 4:05
- **De rol van de CEO in het versterken van silo's** – 6:20
- **Hoe bedrijven de kloof tussen sales en marketing kunnen dichten** – 8:45
- **De evolutie van sales en marketing door digitalisering** – 11:15
- **Waarom consistente klantcommunicatie essentieel is** – 14:00
- **De impact van bedrijfscultuur op sales en marketing samenwerking** – 16:30
- **Wie is verantwoordelijk voor groei: sales of marketing?** – 19:10
- **Praktische strategieën om sales en marketing beter te laten samenwerken** – 22:00
- **Voorbeelden van bedrijven die sales en marketing goed integreren** – 25:45
- **Belangrijkste lessen en afsluiting** – 28:30
- **Waar vind je meer informatie over Kurt en Markies?** – 31:45

Kerninzichten per hoofdstuk

Sales en marketing: concurrentie of samenwerking? (0:30)

- Veel bedrijven behandelen sales en marketing als gescheiden afdelingen, terwijl ze eigenlijk hetzelfde doel hebben: groei realiseren.
- Marketing werkt aan zichtbaarheid en leadgeneratie, sales zet deze leads om in klanten. Maar als de samenwerking ontbreekt, gaat er veel potentieel verloren.

Waarom sales en marketing vaak apart opereren (4:05)

- Historisch gezien lag de focus van sales op direct klantcontact en van marketing op naamsbekendheid.
- De digitalisering heeft ervoor gezorgd dat marketing nu ook een grote rol speelt in het salesproces, maar veel bedrijven hebben deze shift nog niet volledig omarmd.

De rol van de CEO in het versterken van silo's (6:20)

- Vaak ligt de oorzaak van een slechte samenwerking bij de bedrijfsleiding zelf.
- Sales- en marketingdirecteuren krijgen aparte doelstellingen, wat onderlinge concurrentie in de hand werkt in plaats van samenwerking.

Hoe bedrijven de kloof tussen sales en marketing kunnen dichten (8:45)

- Zorg ervoor dat beide teams gezamenlijke doelen hebben.
- Laat sales en marketing samen verantwoordelijk zijn voor het volledige klantentraject.
- Creëer open communicatie tussen beide afdelingen om inzichten te delen en processen op elkaar af te stemmen.



De impact van digitalisering op marketing en sales (11:15)

- Vroeger had sales de exclusieve toegang tot klantgegevens, maar vandaag speelt marketing hier ook een grote rol in via data-analyse en online kanalen.
- Dit betekent dat de klantreis vaak al ver gevorderd is voordat een salesgesprek plaatsvindt. Daarom moeten beide teams nauwer samenwerken.

Waarom consistente klantcommunicatie essentieel is (14:00)

- Een klant merkt het meteen als sales en marketing niet op één lijn zitten: een website kan een ander verhaal vertellen dan wat een verkoper zegt.
- Consistente communicatie versterkt het vertrouwen en maakt de verkoopcyclus efficiënter.

Wie is verantwoordelijk voor groei: sales of marketing? (19:10)

- De oude gedachte dat alleen sales verantwoordelijk is voor groei, is achterhaald.
- Marketing heeft een cruciale rol in het aantrekken en warm maken van leads, en sales moet deze optimaal benutten.

Praktische strategieën om sales en marketing beter te laten samenwerken (22:00)

- Gezamenlijke KPI's: beoordeel teams niet apart, maar meet gezamenlijk succes.
- Regelmatige meetings: zorg ervoor dat beide teams input geven op campagnes en salesstrategieën.
- Transparantie in data: laat marketing en sales toegang hebben tot dezelfde klantinzichten.

Voorbeelden van bedrijven die sales en marketing goed integreren (25:45)

- Bedrijven die sales en marketing als één geheel behandelen, zien vaak snellere groei en meer conversies.
- Succesvolle cases tonen aan dat gedeelde verantwoordelijkheden en transparante communicatie de sleutel zijn.

Belangrijkste lessen en afsluiting (28:30)

- Wil je sales en marketing écht op elkaar afstemmen? Zet in op samenwerking, gezamenlijke doelen en transparante communicatie.

Waar vind je meer informatie over Kurt en Markies? (31:45)

- Meer weten over Kurt en hoe Markies bedrijven helpt groeien? Bezoek: markies.be

Contactgegevens

- **Website:** markies.be

