

Whitepaper

Toekomst van sales automation: de benchmark voor tijdwinst en groei

1

Introductie

De saleswereld transformeert

In de wereld van sales is geen dag hetzelfde. Precies dat maakt het vak zo uitdagend en leuk. Terwijl de wereld van sales in hoog tempo verandert en economische tegenwind het halen van doelstellingen ingewikkelder maakt, ontstaan er meer kansen dan ooit om slimmer te werken. Met de opkomst van AI wordt het misschien lastiger om alles bij te houden, maar voor teams die dit omarmen ligt er een enorme voorsprong in het verschiet.

In de toekomst komt er een nieuwe kritieke focus voor succes: efficiëntie en productiviteit. De toekomst wordt gedreven door AI-gestuurde automatiseringen, waarin machine learning repetitieve taken sneller en succesvoller afhandelt. Het gaat niet meer om toekomstvisie, het is een noodzaak voor nu. En toch heeft **maar 37% van de salesprofessionals** AI nu geïntegreerd in haar systemen¹

Waarom omarmen deze professionals de automatiseringstechnologie precies?

Volgens het State of AI in Business rapport van Pipedrive is er een duidelijke winnaar: 79% van de gebruikers heeft de verhoogde productiviteit als belangrijkste motivatie¹. Door handmatige taken zoals data-invoer en plannen van follow-ups te automatiseren, kunnen salesteams uren per week besparen.

Door dit te doen, verschuift de focus voor salesprofessionals van administratief en repetitief werk naar iets veel belangrijkers: het opbouwen van dierbare relaties en het sluiten van deals. Het zijn vaardigheden die een machine niet snel overneemt en die een écht mens vereisen.

In dit whitepaper laten we je zien waarom het omarmen van de automatiseringsmogelijkheden leidt tot sneller sluiten van deals. We laten zien welke grote efficiëntieslagen je nu al kunt maken, welke vijf automatiseringen je snel kunt inzetten en welke drie dingen je vandaag nog toe kunt passen.

¹ Pipedrive, The state of sales and marketing report; sixth edition, 2024/2025

2 Geautomatiseerde teams

AI implementeren is tijd winnen

In sales is tijd waardevol. Elke minuut die een salesmedewerker besteedt aan administratie, het handmatig invoeren van data of het zoeken naar informatie, is een minuut die niet wordt besteed aan het direct genereren van omzet.

Het strategische belang van tijdswinst is dan ook enorm. Door repetitieve taken te automatiseren, komt er kostbare tijd vrij voor de essentie van sales: het opbouwen van diepgaande klantrelaties, het begrijpen van complexe behoeften en het sluiten van deals.

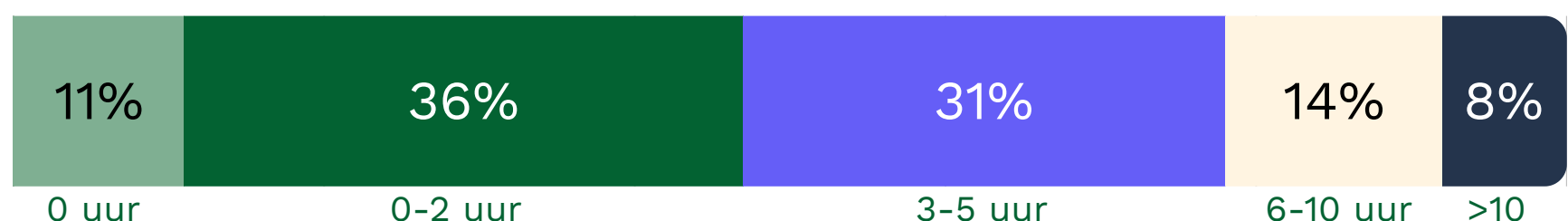
De potentiële tijdswinst is geen abstract concept, maar een meetbaar resultaat dat succesvolle teams al realiseren².

2.1. Staat de baan van de salesprofessional op de tocht?

“Bestaat mijn baan straks nog” is een vraag die vaker en vaker gesteld wordt. Natuurlijk maken ook salesprofessionals zich hier zorgen om. Toch is er volgens de laatste benchmark geen reden tot paniek: Slechts 6% van de teams wordt kleiner door automatiseringen.

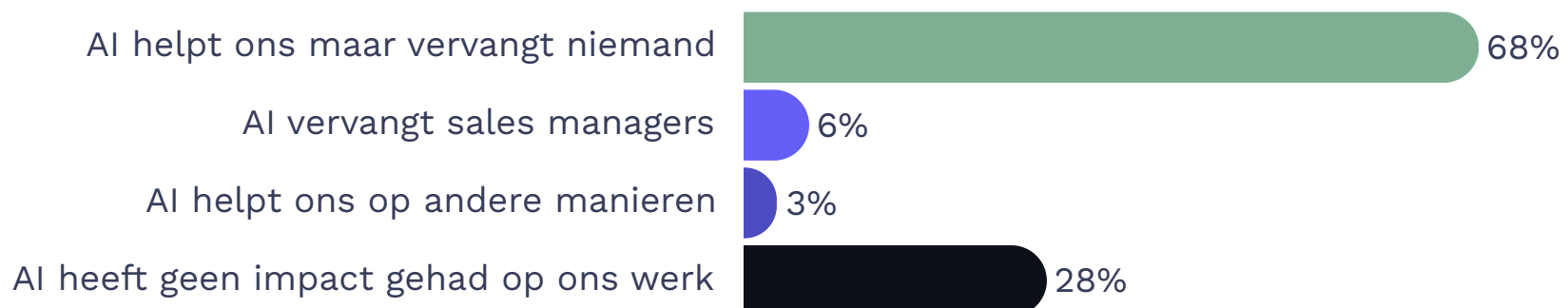
Wat veel belangrijker is: 68% van de teams geeft aan dat ze daadwerkelijk geholpen worden door de implementatie van AI.

Hoe veel tijd besparen salesteams gemiddeld per week door het implementeren van AI?



² Pipedrive, The state of sales and marketing report; sixth edition, 2024/2025

Ben je geholpen door de implementatie van AI in je werk?



2.2. Minder administratie is meer bellen

Een studie van de Harvard Business Review toont aan dat de **kans op het sluiten van een deal significant stijgt wanneer een lead binnen de eerste vijf minuten wordt gebeld**³.

Automatisering maakt deze bijna-onmiddellijke reactietijd mogelijk door leads direct aan de juiste collega toe te wijzen en opvolgtaken automatisch in te plannen.

AI wordt in de meeste gevallen dus ook niet ingezet om de deal te sluiten, maar juist voor de kleine taken. Hoe meer je er daarvan kunt automatiseren, hoe meer je zelf kunt bellen. Dat wordt ook duidelijk als je de resultaten van de benchmark bekijkt⁴.

Slechts 13% van de teams gebruikt AI daadwerkelijk voor het scoren van leads. Veel meer worden de kleine taken geautomatiseerd, bijvoorbeeld het schrijven van e-mails (74%) en het samenvatten en notuleren van sales calls (37%).

Wat doen jullie met AI?



³ “The Short Life of Online Sales Leads”, James B. Oldroyd, Kristina McElheran, and David Elkington (Harvard Business Review, March 2011)

⁴ Pipedrive, The state of sales and marketing report; sixth edition, 2024/2025

3

De verbeteringen

Deze verbeteringen kan jij nu al doorvoeren

De weg naar een geautomatiseerde motor voor sales begint niet met een willekeurige verzameling losse acties, maar met een strategische focus op de processen waar de grootste winst te behalen valt.

De vier pijlers die we hier benoemen zijn geen onafhankelijke onderdelen, maar vormen een cirkel. Excellente leadgeneratie (pijler 1) is immers zinloos zonder intelligente routing (pijler 2). Snelle routing maakt consistente opvolging mogelijk (pijler 3), en het gehele systeem is afhankelijk van betrouwbare data (pijler 4). Door deze elementen in samenhang te automatiseren, creëer je een zichzelf versterkend systeem dat voorspelbare groei genereert.

3.1. Leadgeneratie en leadkwalificatie

De top van de salesfunnel is de meest cruciale fase om te automatiseren. Hier wordt de basis gelegd voor alle toekomstige omzet.

Teams kunnen websitebezoekers 24/7 omzetten in gekwalificeerde leads door de inzet van chatbots zoals LeadBooster, een tactiek die al veel salesteams succesvol toepassen om direct de juiste vragen te stellen.

Daarnaast identificeren tools als LeadInfo of Pipedrive Webvisitor anonieme B2B-websitebezoekers op basis van hun IP-adres en maken deze automatisch aan als lead in het CRM. Deze aanpak alleen al kan leiden tot 5-20% extra leads, een stroom van warme kansen die anders volledig onbenut zou blijven.

3.2. Lead-routing en lead-management

De waarde van een nieuwe lead neemt met elke minuut af. Automatische lead-routing is de oplossing voor dit probleem. In plaats van te wachten op handmatige toewijzing door een manager, wijst een geautomatiseerde workflow een nieuwe lead onmiddellijk toe.

3.3. Communicatie en follow-up

Inconsistentie in communicatie en opvolging is de sluipmoordenaar van menige salespijlijn.

Geautomatiseerde e-mails lossen dit op door leads te voeden met relevante content totdat ze klaar zijn voor een persoonlijk gesprek.

Minstens zo waardevol zijn automatische taakherinneringen: een workflow kan bijvoorbeeld een taak aanmaken als een deal een week inactief is of een e-mail na 4 dagen nog niet is beantwoordt.

Salesteams perfectioneren dit verder door ook na de verkoop reminders in te stellen, 30 en 90 dagen na een gewonnen deal, om proactief de klanttevredenheid te meten en upsell-kansen te creëren. Ook het bewaken van contractverlengingen wordt hiermee een feilloos proces.

3.4. Datamanagement en rapportage

Handmatige datainvoer is niet alleen een verspilling van kostbare tijd, maar ook de voornaamste bron van fouten die de betrouwbaarheid van het hele CRM-systeem ondermijnen. Automatisering kan dit proces volledig elimineren.

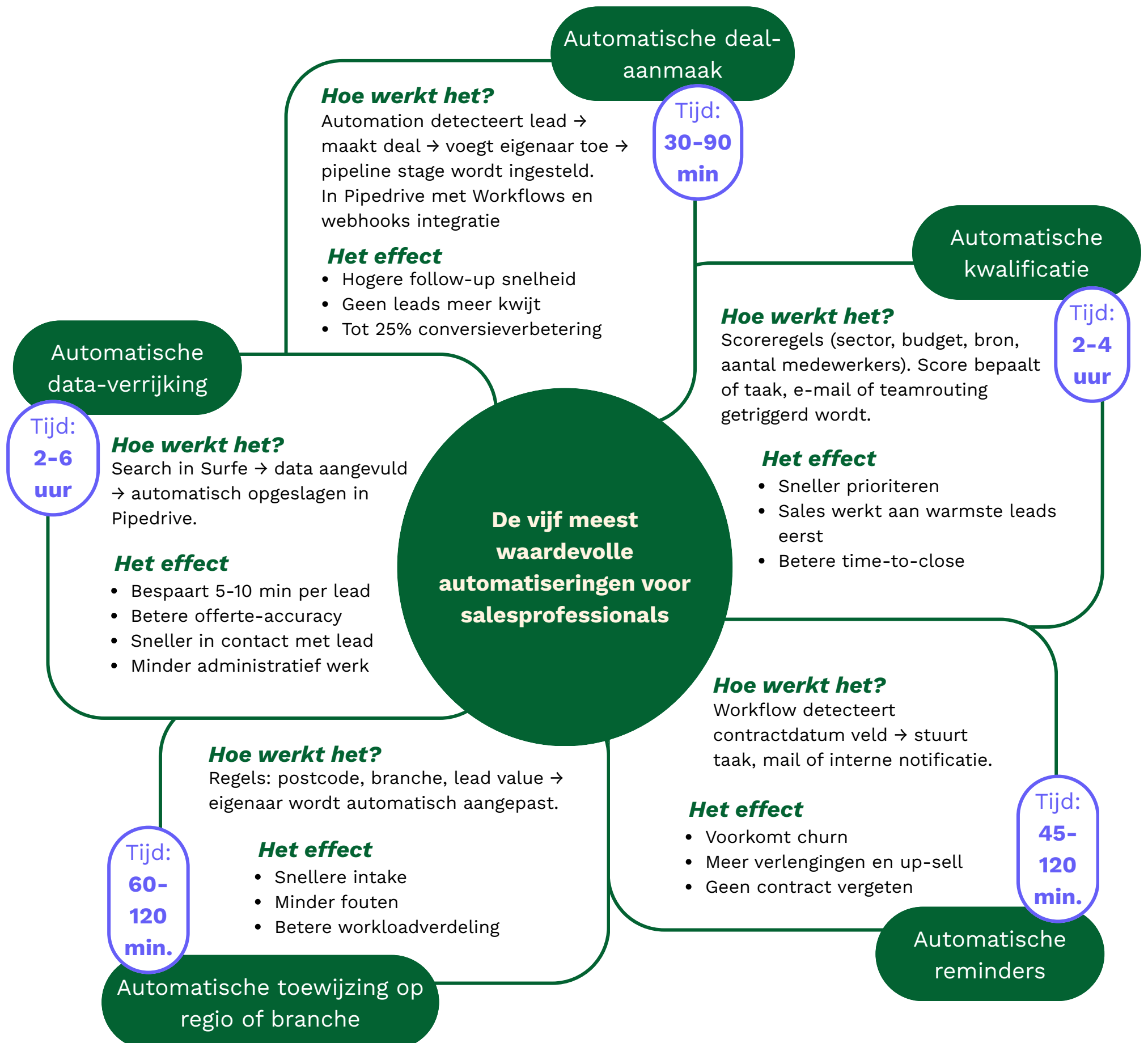
Contactgegevens kunnen automatisch worden verrijkt met publiek beschikbare informatie, waardoor sales reps direct een volledig beeld hebben en contactgegevens voorhanden krijgen. Tegelijkertijd kan de directie automatisch wekelijkse verkooprapportages per e-mail ontvangen.

Dit verhoogt niet alleen de datakwaliteit en de accountability binnen het team, maar zorgt er ook voor dat strategische beslissingen worden gebaseerd op accurate, actuele data in plaats van op onderbuikgevoel.

4 De automatiseringen

Dit zijn de meest waardevolle voor salesprofessionals

Nu we de belangrijkste gebieden voor efficiëntie hebben geïdentificeerd, is het tijd om concreet te worden. Dit hoofdstuk biedt een blauwdruk voor de vijf meest rendabele automatiseringen die een directe en meetbare impact hebben op de salesprestaties. Deze vijf voorbeelden tonen de kracht van gerichte automatisering.



5 Vandaag al beginnen?

Deze drie dingen kun je direct al doen

De transformatie naar een slim, geautomatiseerd salesproces start met kleine stappen. Daarom raden we je aan om met deze drie simpele automatiseringen te starten. Het levert impact en momentum op voor uw team en je ervaart direct het verschil.

Quick win 1: Stel interne alerts in voor 'high-value' deals.

Tijd:
30-60
min.

Configureer een workflow die automatisch een bericht naar een specifiek Slack- of Microsoft Teams-kanaal stuurt zodra een deal een bepaalde waarde overschrijdt (bijvoorbeeld > € 25.000). Dit zorgt voor directe zichtbaarheid bij het management, versnelt de besluitvorming rondom strategische kansen en verbetert de team-alignment.

Quick win 2: Automatiseer de salesrapportage

Tijd:
30-90
min.

Gebruik de rapportage- of workflowfunctionaliteit van het CRM om een standaard salesrapport automatisch per e-mail naar het management en het salesteam te sturen. Dit bespaart de salesmanager kostbare tijd, bevordert prestatiegericht werken en verhoogt de accountability in het hele team.

Quick win 3: tag automatisch als 'klant' na gewonnen deal

Tijd:
10-20
min.

Maak een simpele automatisering die, zodra een deal de status 'gewonnen' krijgt, de gekoppelde organisatie automatisch een label of tag 'Klant' geeft. Dit is een kleine handeling met een grote impact: het verbetert de segmentatie voor toekomstige marketingcampagnes, voorkomt dat bestaande klanten per ongeluk als prospect worden benaderd en elimineert het handmatig bijwerken van klantlijsten.

6 De praktijkvoorbeelden

Deze teams groeien al volop door automatiseringen

Ook bij Upsmart komen we bedrijven tegen die dankzij de slimme automatiseringen hun salesproces hebben getransformeerd. Niet alleen theoretische voordelen, maar ook concreet resultaat: hogere conversie en gerichte focus op deals.

6.1. Isolatie.com: van losse Excel-bestanden naar geautomatiseerde leadflow

Isolatie.com is een snelgroeiend isolatiebedrijf met ongeveer 50 medewerkers, waarvan 33 Pipedrive actief gebruiken voor de dagelijkse aansturing van sales. Voor de implementatie ontbrak een actueel overzicht van offertes, was de conversie laag en moesten salesmeetings worden voorbereid met handmatig opgestelde Excel-rapportages. De impact daarvan was duidelijk voelbaar in de groei: sales had geen goed zicht op individuele prestaties, initiatieven waren lastig te onderbouwen en er ging veel tijd verloren aan administratieve taken zoals bellen turven en data overtikken.



Samen met Upsmart is Isolatie.com begonnen bij de kern van de funnel: alle leads vanuit verschillende leadplatformen worden nu automatisch in Pipedrive aangemaakt, inclusief broninformatie. Op basis van slimme workflows wordt elke lead binnen één uur opgevolgd, aangevuld met automatische leadscoring zodat verkopers direct weten welke aanvragen de meeste kans maken.

Ook in de opvolgende stappen is het proces strak dichtgezet: adviseurs vullen op locatie via een webformulier alle extra informatie en foto's in, die automatisch aan de deal in Pipedrive worden gekoppeld, en na digitale ondertekening wordt de order direct klaargezet in het orderverwerkingssysteem, inclusief situatiefoto's voor het montageteam. Voorafgaand aan adviesgesprekken verstuurt het systeem automatisch sms-notificaties om no-shows te beperken.

Nieuwe workflow van Isolatie.com in beeld



Resultaat: hogere conversie en meer tijd voor advies

Door de combinatie van snelle opvolging, betere kwalificatie en minder administratief werk is de conversie met circa 80% gestegen, terwijl er 23% minder budget nodig is voor ingekochte leads. Tegelijkertijd zijn de adviesgesprekken gemiddeld een half uur korter geworden; met ongeveer 100 gesprekken per week levert dat zo'n 50 uur tijdwinst per week op die kan worden ingezet voor extra opvolging of nieuwe afspraken.

Daarnaast is het no-showpercentage bij adviesgesprekken met ongeveer 85% gedaald, wat neerkomt op gemiddeld 11 extra gevoerde gesprekken per maand zonder extra marketingkosten. Het team stuurt nu op actuele data in Pipedrive in plaats van op gevoel, waardoor optimalisaties sneller worden gesignaleerd en doorgevoerd.

+80%

Conversies



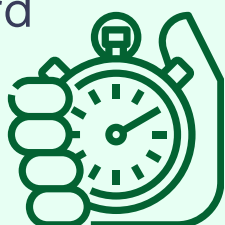
-23%

Kosten per lead



50 uur

per week bespaard



11

Extra
gesprekken
per maand



6.2. Outstanding: grip op internationale leads en agenten

Outstanding produceert safaritenten en werkt met een internationaal netwerk van agenten, met ongeveer 35 medewerkers waarvan 12 gebruikers in Pipedrive. Voor de implementatie kwamen aanvragen via tien verschillende webformulieren en zeven talen in een mailbox binnen, waarna leads handmatig werden verdeeld over het interne team en buitenlandse agenten.

Statusupdates en opvolging werden bijgehouden in Excel, wat leidde tot beperkte zichtbaarheid op de pijplijn en een verhoogde foutkans doordat gegevens steeds opnieuw moesten worden overgetypt voor offertes en orders. Dat vertraagde niet alleen de opvolging, maar maakte het ook lastig om goed te sturen op prestaties per land of campagne.



Met Pipedrive als centraal systeem komen alle webformulier-aanvragen nu rechtstreeks in de juiste pipeline terecht, inclusief informatie over de herkomst van de lead. Op basis van het adres van de lead wordt automatisch bepaald welke verkoper of buitenlandse agent verantwoordelijk is, zodat nieuwe aanvragen direct bij de juiste persoon landen.

De rechtenstructuur zorgt ervoor dat buitenlandse agenten alleen hun eigen leads zien en opvolgen, terwijl het Nederlandse team overal inzicht in houdt. Bij het maken van een offerte wordt alle relevante data automatisch vanuit Pipedrive ingevuld en bij een digitaal ondertekende offerte wordt de order direct klaargezet in het SAP ERP-systeem, zonder handmatig overtypen.

Resultaat: minder fouten, meer sturing op omzet

Door de automatiseringen bespaart Outstanding naar eigen zeggen ongeveer acht uur per week op het toewijzen van leads en het bijwerken van Excel-lijsten. Fouten in klantgegevens zijn flink afgenomen doordat informatie nog maar één keer hoeft te worden vastgelegd en daarna automatisch door de systemen stroomt.

Daarnaast beschikt elke buitenlandse agent over een eigen dashboard waarin prestaties en opvolging inzichtelijk zijn, en kan het management omzet koppelen aan specifieke webformulieren en campagnes. Daarmee wordt het marketingbudget gerichter ingezet en ontstaat een directe koppeling tussen marketinginvesteringen en gerealiseerde omzet.

8 uur

Minder handwerk
per week



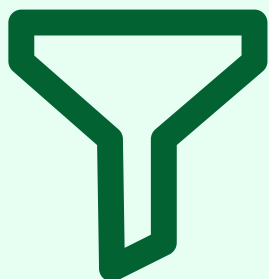
-95%

Foutreductie
door minder
overtypfouten



+100%

Inzicht in omzet
per bron



1

Dashboard per
agent



7 Conclusie

Zo maak je automatisering tot jouw groeiversneller

Salesautomatisering is geen doel op zich, maar een strategisch middel om de menselijke kracht in het salesproces te versterken. Het stelt professionals in staat om hun unieke vaardigheden - empathie, creativiteit en relaties bouwen - optimaal in te zetten, terwijl de technologie de repetitieve en administratieve lasten draagt. Het omarmen van deze synergie is de sleutel tot het realiseren van duurzame en schaalbare groei.

Om van automatisering een structureel succes te maken, is een doordachte aanpak vereist. Volg deze vijf stappen om een robuuste, data-gedreven salesorganisatie op te bouwen. Dit is jouw stappenplan naar een geautomatiseerde sales-motor.

Stap 1: analyseer en identificeer

Breng je huidige salesproces gedetailleerd in kaart. Identificeer de meest tijdrovende, repetitieve taken en de grootste knelpunten in de workflow.

Waar gaan leads verloren? Waar ontstaat vertraging? Dit zijn de perfecte kandidaten voor je eerste automatiseringsprojecten.

Stap 2: start klein en win snel

Weersta de verleiding om alles in één keer te willen veranderen. Begin met de 'quick wins' uit het eerdere hoofdstuk. Deze laagdrempelige projecten leveren snel zichtbaar resultaat op, wat essentieel is om momentum op te bouwen en het vertrouwen van het team in de technologie te winnen.

Stap 3: investeer in kennis

1. De grootste barrière voor AI-adoptie is een gebrek aan kennis, wat door 48% tot 58% van de non-adopters wordt aangehaald⁵. Een tool is slechts zo effectief als de persoon die hem gebruikt. Bied je team daarom de nodige training en middelen om de nieuwe systemen en workflows effectief te leren benutten.

⁵ Pipedrive, The state of sales and marketing report; sixth edition, 2024/2025

Stap 4: integreer en schaal op

Zodra de basis staat en de eerste successen zijn geboekt, is het tijd om op te schalen. Implementeer de meer waardevolle en complexe automatiseringen uit hoofdstuk 5. Focus hierbij op het integreren van systemen (CRM, ERP, marketing automation) om een naadloze dataflow te creëren door de hele organisatie.

Stap 5: meet, optimaliseer en herhaal

Automatisering is geen eenmalig project, maar een continu proces van verbetering. Monitor de resultaten nauwgezet: meet de tijdswinst, analyseer de impact op conversieratio's en verzamel feedback van het team. Gebruik deze inzichten om je workflows voortdurend te optimaliseren.

7.1. Omarm de nieuwe standaard

De vraag is niet langer of jouw organisatie salesautomatisering moet omarmen, maar hoe snel je een onoverbrugbare voorsprong kunt opbouwen. De bedrijven die nu handelen, definiëren de nieuwe standaard voor salesexcellentie; de rest riskeert te concurreren met verouderde middelen in een markt die hen al voorbij is.

Wij zijn Upsmart

Bij Upsmart kun je ons voor één ding wakker maken: een Pipedrive implementatie en integratie. Het klinkt misschien gek, maar wij zijn echt die vakidioten die het echt heel leuk vinden om anderen te helpen slimmer te werken en daardoor succesvoller te worden.

Wil jij dat wij je helpen om jouw salesprocessen te verbeteren? Plan een vrijblijvende kennismaking met Upsmart en ontdek welke automatiseringen jouw salesteam binnen een paar weken het meeste tijd en omzet opleveren.

Laten we kennismaken!