

HELLO **NEW** DAY

Startmodule

Een salesbriefje aanmaken in Simplicate

Zo leg je een nieuwe salesbriefje goed vast — van CRM tot en met het wekelijkse sales-overleg.

Hello New Day — onboarding voor nieuwe consultants

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1. Waarom dit belangrijk is	3
2. Voorbereiding: bedrijf en contactpersoon in Simplicite	3
3. Een salesbriefje aanmaken.....	3
3.1 Nieuw briefje starten	3
3.2 Tabbladen invullen	3
3.3 Opslaan	4
4. De vier fases: Attention, Interest, Desire, Action	5
5. Na het opslaan: overzicht en tijdlijn	5
6. Onderhoud: het wekelijkse sales-overleg.....	5
7. Veelgemaakte fouten	6
8. Checklist	6
Verplicht	6
Optioneel	6
9. Samenvatting.....	6

1. Waarom dit belangrijk is

Een salesbriefje is de plek waar je alles vastlegt over een verkoopkans: wie de klant is, waar het traject over gaat, en hoe ver het gesprek staat. Voor jou is het een geheugensteun — je ziet in één oogopslag waar je gebleven was. Voor je collega's is het net zo belangrijk: zij kunnen een traject overnemen of aanhaken zonder dat ze bij nul hoeven te beginnen.

Daarnaast is het briefje de basis van ons wekelijkse sales-overleg. Alle salesbriefjes worden dan doorgenomen, dus hoe beter en actueler jouw briefje is, hoe sneller en zinvoller dat overleg verloopt.

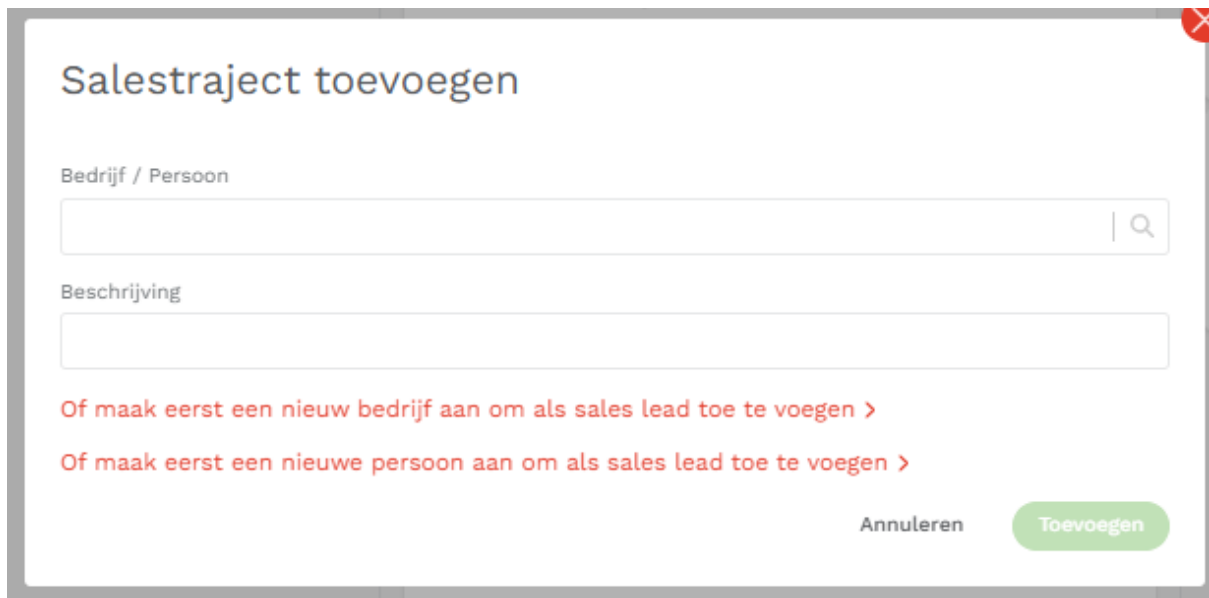
2. Voorbereiding: bedrijf en contactpersoon in Simplicate

Voordat je een salesbriefje aanmaakt, check je eerst of het bedrijf en de contactpersoon al goed in Simplicate staan. Sta één van beide er nog niet in, voeg ze dan eerst toe aan het CRM. Een salesbriefje maak je namelijk altijd op basis van een bedrijf — dat moet dus al bestaan.

3. Een salesbriefje aanmaken

3.1 Nieuw briefje starten

- Ga naar het tabblad Sales.
- Klik op de groene knop 'Nieuw' om een nieuw briefje toe te voegen.
- Je maakt het briefje altijd aan op basis van het bedrijf (niet op basis van de contactpersoon).
- Geef het briefje een passende beschrijving. Voorbeeld: 'Innovatietafel Nijmegen'.



The screenshot shows a web form titled 'Salestraject toevoegen' (Add sales trajectory). It has a search bar labeled 'Bedrijf / Persoon' and a text area labeled 'Beschrijving'. Below the text area, there are two red links: 'Of maak eerst een nieuw bedrijf aan om als sales lead toe te voegen >' and 'Of maak eerst een nieuwe persoon aan om als sales lead toe te voegen >'. At the bottom right, there are two buttons: 'Annuleren' (Cancel) and 'Toevoegen' (Add).

3.2 Tabbladen invullen

Loop vervolgens alle tabbladen van het briefje af. De onderstaande velden vul je in ieder geval in:

Voorbeeld: Innovatietafel Nijmegen

Loendersloot Mobility Consultancy

Open

Overzicht

Algemeen

Diensten

Offertes

Workflows

Documenten

Voortgang

Attention (probleemdefinities)
Sinds vandaag

Algemene gegevens

Omschrijving deal

Voorbeeld: Innovatietafel Nijmegen

Begindatum

10-09-2026

Einddatum

Verantwoordelijke

Bron

Afwijkende betaalconditie

Contactgegevens

Bedrijf/Persoon

Loendersloot Mobility Consultancy (20260180)

Contactpersoon

Factuur naar afwijkend bedrijf/persoon

Ja

Nee

Vrije velden

Focus

Themahuis

-

Themahuis mag niet leeg zijn.

Status en voortgang

Status

Open

Geaccepteerd

Afgevoerd

Scoringskans

10 %

Potentiële omzet

€

Gerelateerde projecten

Koppel project

Geen gekoppelde projecten

Notitie

Extra info

Doorverwijzer

Co-worker

Opslaan en terug

Opslaan

Annuleren

Veld	Wat vul je in
Verantwoordelijke	Jouw eigen naam, of de naam van de collega die het traject trekt.
Bron	Hoe de lead is ontstaan, bijvoorbeeld ‘eigen acquisitie’ of ‘relatie’.
Voortgang / fase	Attention, Interest, Desire of Action — zie hoofdstuk 4 voor uitleg per fase.
Score	Hoort automatisch bij de gekozen fase en wordt door Simplicate zelf ingevuld. Hier hoeft je zelf niets mee te doen.
Verwachte omzet	Bij een vaste dienst (zoals de Innovatietafel) vul je het vaste bedrag in, bijvoorbeeld €1.495. Gaat het om een maatwerktraject, maak dan een beredeneerde inschatting: een kort opstart- of fieldlabtraject van een paar maanden zit al snel rond de €20.000, een groot meerjarig traject kan oplopen tot €250.000 of meer.
Contactpersoon	De contactpersoon vanuit het bedrijf die bij dit traject hoort.
Themahuis	Verplicht veld. In dit voorbeeld: ‘Innovatietafel’.

De overige velden zijn optioneel — vul ze aan waar dat relevant is, maar zorg dat in ieder geval bovenstaande velden compleet zijn.

3.3 Opslaan

Ben je klaar met alle verplichte velden? Klik dan op ‘Opslaan’.

4. De vier fases: Attention, Interest, Desire, Action

De voortgang van een salesbriefje loopt via vier fases (AIDA). Hieronder staat per fase kort wanneer je hem gebruikt:

Fase	Wanneer gebruik je deze
Attention	Iemand heeft aandacht gewekt: je verkent samen met de (potentiële) klant welk probleem er speelt.
Interest	Het validatiegesprek. Je hebt de klant al eerder gesproken en zet een stap verder om te toetsen of er daadwerkelijk interesse is.
Desire	Je voert concrete gesprekken over de opdracht — verder dan alleen interesse peilen. Er is al over geld gesproken; de opdracht hoeft nog niet rond te zijn, maar krijgt wel steeds meer vorm.
Action	Er ligt een offerte op tafel.

Aan elke fase hangt automatisch een bijbehorende score in Simplicite — die vult het systeem zelf in, daar hoef je niets voor te doen.

5. Na het opslaan: overzicht en tijdlijn

Na het opslaan kom je in het overzicht van het briefje. Daar vind je de tijdlijn. Hierop kun je notities toevoegen — handig voor jezelf, en voor collega's die het traject later oppakken. Houd hiermee goed bij hoe de sale ervoor staat.

Voeg bijvoorbeeld een notitie toe na elk gesprek, of — zoals bij de Innovatietafel — wanneer iemand een keer komt testdraaien of deelnemen. Zo blijft voor iedereen duidelijk hoe het traject loopt.

Voorbeeld: Innovatietafel Nijmegen

Briefje: aangemaakt op het bedrijf, beschrijving 'Innovatietafel Nijmegen'.

Bron: eigen acquisitie / relatie.

Themahuis: Innovatietafel. Verwachte omzet: €1.495.

Tijdlijnnotitie: 'Sluit aan bij de volgende tafel in november.'

6. Onderhoud: het wekelijkse sales-overleg

We hebben elke week een sales-overleg waarin alle briefjes worden besproken. Zorg daarom dat je briefjes vóór elke vrijdag op orde en bijgewerkt zijn.

- Staat het briefje in de juiste fase? Stond een briefje vorige week bijvoorbeeld nog op Attention, maar heb je inmiddels een belletje gehad? Zet hem dan door naar Interest en leg dat vast op de tijdlijn.
- Werk een briefje zo stap voor stap door, tot het bij de fase Action staat.
- Tijdens het sales-overleg wordt ook besloten welke sales worden binnengehaald (gewonnen) of afgewezen. Is een deal al bevestigd, laat het briefje dan nog even op Action staan — tijdens het overleg bevestigen jullie samen of hij gewonnen of afgewezen wordt.

7. Veelgemaakte fouten

- Een briefje aanmaken op de contactpersoon in plaats van op het bedrijf.
- Het Themahuis-veld leeg laten — dit is verplicht.
- Een briefje wel bijwerken in gesprekken, maar niet doorzetten naar de juiste fase.
- Geen notities op de tijdlijn zetten, waardoor de voortgang niet te volgen is voor collega's.
- Briefjes niet voor vrijdag bijwerken, waardoor het sales-overleg vertraging oploopt.

8. Checklist

Verplicht

- Bedrijf en contactpersoon staan in Simplicite.
- Briefje aangemaakt op basis van het bedrijf, met een passende beschrijving.
- Verantwoordelijke ingevuld.
- Bron ingevuld.
- Fase / voortgang ingevuld.
- Verwachte omzet ingevuld (vast bedrag of berekenende inschatting).
- Contactpersoon gekoppeld.
- Themahuis ingevuld.
- Briefje opgeslagen.

Optioneel

- Overige velden aangevuld waar relevant.
- Notities toegevoegd op de tijdlijn.

9. Samenvatting

Check eerst of bedrijf en contactpersoon in Simplicite staan. Maak daarna op het tabblad Sales een nieuw briefje aan op basis van het bedrijf, met een duidelijke beschrijving. Loop alle tabbladen af en vul in elk geval verantwoordelijke, bron, fase, verwachte omzet, contactpersoon en themahuis in. Sla op, en houd de tijdlijn bij met notities over gesprekken en ontwikkelingen. Zet het briefje steeds door naar de juiste fase — van Attention via Interest en Desire naar Action — en zorg dat alles voor vrijdag op orde is voor het wekelijkse sales-overleg.