



PERSONALISATIE

Effectieve outreach berichten



In dit onderdeel leer je hoe je een outreach-bericht persoonlijk maakt zonder "creepy" te worden of uren research te doen. Je gebruikt één concrete observatie als opener, zodat de ontvanger meteen voelt dat het geen massabericht is. Daarna kan je vlot de brug maken naar een vraag of gesprek.

Belangrijk: gebruik maximaal één personalisatiezin per bericht. Kies iets dat je snel kan checken (site, vacatures, LinkedIn, cases) en hou het specifiek genoeg om geloofwaardig te zijn. De voorbeelden hieronder zijn kant-en-klare openers die je enkel nog hoeft in te vullen.

Gebruik er maximaal 1 per bericht. Niet overdrijven.

1. "Ik zag jullie post over [TOPIC], vooral dat stuk over [DETAIL] bleef hangen."
2. "Op jullie site viel me [OBSERVATIE] op, heel duidelijk uitgelegd."
3. "Proficiat met [TRIGGER], dat is meestal een moment waarop [THEMA] mee evolueert."
4. "Ik zag dat jullie vacatures open hebben voor [ROL], meestal groeit marketing dan ook mee."
5. "Jullie werken met [TOOL/PLATFORM] (te zien aan [SIGNAL]), benieuwd hoe dat loopt."
6. "In [SECTOR] zie ik vaak [PIJN]. Ik vroeg me af of dat bij jullie speelt."
7. "Ik zag [CASE/PROJECT] op jullie website, dat type klant vraagt vaak [BEHOEFTE]."
8. "Jullie reviews/klantenlijst is sterk. Hoe zorgen jullie dat er constant nieuwe instroom is?"
9. "Jullie focus op [USP] is duidelijk. Ik ben benieuwd hoe jullie dat doortrekken in jullie campagnes."
10. "Ik volg [BEDRIJF] al even, jullie communiceren heel consistent rond [THEMA]."

Bronnen voor personalisatie (snel te checken)

- About-pagina, case-pagina, vacatures, recente LinkedIn posts, "featured", website footer (tools), ad library indien relevant.

GOOD TO KNOW:

- **Ga van observatie naar relevantie.** Niet alleen "sterk gedaan", maar wat dat voor hen betekent (groei, druk op marketing, schaal, tooling, instroom).
- **Eindig met een echte vraag.** Niet "benieuwd hoe dat loopt" als opvulling, maar een vraag die makkelijk te beantwoorden is.
- **Houd het kort: 1 tot 2 zinnen.** Je doel is reactie krijgen, niet je pitch droppen.