

# Hubspot Buyer Intent

Maak gebruik van buyer intent om waardevolle inzichten te verkrijgen van bedrijven die je website bezoeken en interesse tonen in je merk.



# Agenda

4

## Wat is buyer intent?

Wat je moet weten voordat je met buyer intent aan de slag gaat.

7

## Target Markets

Bepaal welke bedrijven het beste bij je bedrijf passen.

8

## Intent criteria

De intentiecriteria van bedrijven configureren.

10

## Enrich records

Verrijk contact- en bedrijfsgegevens om je data te verbeteren en klanten beter te begrijpen.

12

## Analyseer je doelmarkten

Beoordeel nieuwe bedrijven in doelmarkten die intentie hebben getoond.



**Dit playbook is bedoeld om je duidelijke richtlijnen te geven in het gebruik van Hubspot buyer intent. Hiermee creëer je focus en inzicht in de door jouw ingestelde target market van je bedrijf.**





4

# Wat is buyer intent?

Door buyer intent te configureren, krijg je inzicht in welke bedrijven je website bezoeken en interesse tonen in je merk. Dit helpt je te bepalen waar je je op moet richten. Je kunt specifieke doelmarkten definiëren en de intentie van een bedrijf vaststellen op basis van het aantal bezoeken, unieke bezoekers en de pagina's die ze bekijken.

20 selected		+ Add to companies	+ Add to static list	Pageviews
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>WeWork</b> United States	Real Estate 1K-5K employees	37 pageviews 7 unique visitors	Target Market   +
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Proximus Group</b> Belgium	Diversified... 10K-50K employees	34 pageviews 13 unique visitors	Intent Target Market   +
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>IBM</b> United States	Internet Software &... 100K+ employees	21 pageviews 3 unique visitors	Intent Target Market   +
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>SHRM</b> United States	Professional Services 1K-5K employees	21 pageviews 3 unique visitors	Target Market   +



# Waarom je Buyer Intent wil gebruiken in Hubspot

Buyer Intent draait om het vroegtijdig signaleren van koopgedrag bij potentiële klanten, nog voordat zij zelf expliciet contact opnemen. Het is daarmee een krachtig instrument om commerciële processen proactiever en slimmer in te richten.

## 1. Van reactief naar proactief

Traditioneel vertrouwen sales en marketing op leads die zich actief melden. Met Buyer Intent kunnen teams anticiperen op interesse die zich nog onder de radar bevindt, wat leidt tot snellere, beter getimede en relevantere outreach.

## 2. Betere resource-allocatie

Intentdata maakt het mogelijk om focus te leggen op accounts met de hoogste kans op conversie. Dit verhoogt de effectiviteit van sales en marketinginspanningen en voorkomt verspilling van tijd en middelen.

## 3. Afstemming op de buyer journey

Door te weten waar een prospect zich bevindt in zijn oriëntatieproces, kunnen content en contactmomenten hierop worden afgestemd. Dit verhoogt de kans op engagement én de kans op een deal.

## 4. Competitief voordeel

Bedrijven die intentdata benutten, identificeren eerder dan concurrenten welke accounts koopintentie tonen. Hierdoor ontstaat een first-mover advantage die cruciaal kan zijn in competitieve markten.

## 5. Verbinding tussen teams

Buyer Intent fungeert als gemeenschappelijke informatielaag voor Marketing, Sales en Customer Success. Dit bevordert alignment, betere overdrachten en consistente messaging over de hele klantreis.

**Kortom:** Buyer Intent is geen 'nice-to-have', maar een strategisch wapen voor organisaties die hun go-to-marketproces willen optimaliseren, deals willen versnellen en hun commerciële slagkracht willen vergroten.

# Voordat je aan de slag gaat

Voordat je aan de slag gaat met buyer intent, check dan eerst deze 3 punten!

## Hubspot tracking code

Om buyer intent te gebruiken in Hubspot, moet je de Hubspot tracking code geïnstalleerd hebben.

## Site domains

Het is aanbevolen om de site domeinen toe te voegen waarvan je de website bezoekers wilt kunnen volgen. Ook is het aanbevolen om het volgen te limiteren tot alleen de specifieke domeinen.

## Cookie consent

Om te voldoen aan de privacywetgeving moet je een cookie consent banner installeren op je website.



## 7

## Target markets

Creëer markten om bedrijven te identificeren die het beste bij jouw organisatie passen, gebaseerd op kenmerken zoals branche, locatie en aantal werknemers. Door kopers- en onderzoeksintentie te analyseren, kun je segmenteren op bedrijven die jouw website bezoeken en interesse tonen in relevante onderwerpen. Daarnaast kun je markten in doelaccounts gebruiken om bestaande bedrijfsrecords als doelaccounts aan te wijzen of nieuwe bedrijven toe te voegen aan HubSpot.

The screenshot shows the 'Market' creation interface in HubSpot. At the top, it displays '957,948 companies identified in this market' with a donut chart showing 1,467 companies existing in the CRM (0%). Below this, there is a 'Market name' field containing 'Airlines'. The 'Industries' section includes tags for 'Airlines/Aviation', 'Marketing and Advertising', and 'Leisure, Travel & Tourism', with a 'Remove' link. There is also a '+ Add industries to exclude' link. The 'Company keywords' field is empty, with an 'Add' link. At the bottom, there are 'Create market' and 'Cancel' buttons.



8

# Intent criteria instellen

Bedrijven die aan een van de geconfigureerde intentiecriteria voldoen, worden als intentief aangemerkt.

Ga in je HubSpot-account naar **Marketing > Buyer Intent**.  
Klik bovenaan op het tabblad **Configuratie**.

Klik in het gedeelte Intent op **Intentcriteria toevoegen** of **Intentcriteria bewerken**.

Overview Companies **Configuration**

**Intent**  
Identify and filter for companies that are showing intent by defining your Intent criteria. Criteria are based on number of visits/visitors and visit recency to specific page paths on your site.

17 page views  
3 visitors **Intent**

**Intent Criteria** 6 [View recommendations](#) [Edit intent criteria](#)

/logo	1+ visit	1+ visitor	Last 30 days
/resources/tools/connect	1+ visit	1+ visitor	Last 30 days
/resources/tools/visitor-report	1+ visit	1+ visitor	Last 30 days
/blog/logo	1+ visit	1+ visitor	Last 30 days
/attributes	Excluded		Last 30 days
/404	Excluded		Last 30 days



Stel op het tabblad 'Inclusies' je intentiecriteria in:

**Paginapad:** het paginapad van de webpagina die moet worden opgenomen in de intentiecriteria. Om bijvoorbeeld alle bedrijven op te nemen die je prijspagina hebben bekeken, kun je het paginapad instellen op 'Pad is gelijk aan /pricing'.

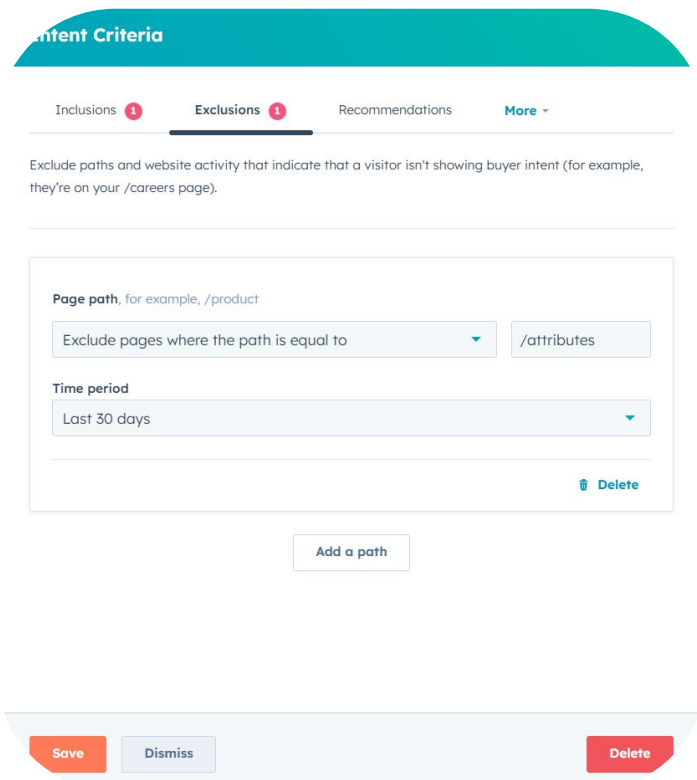
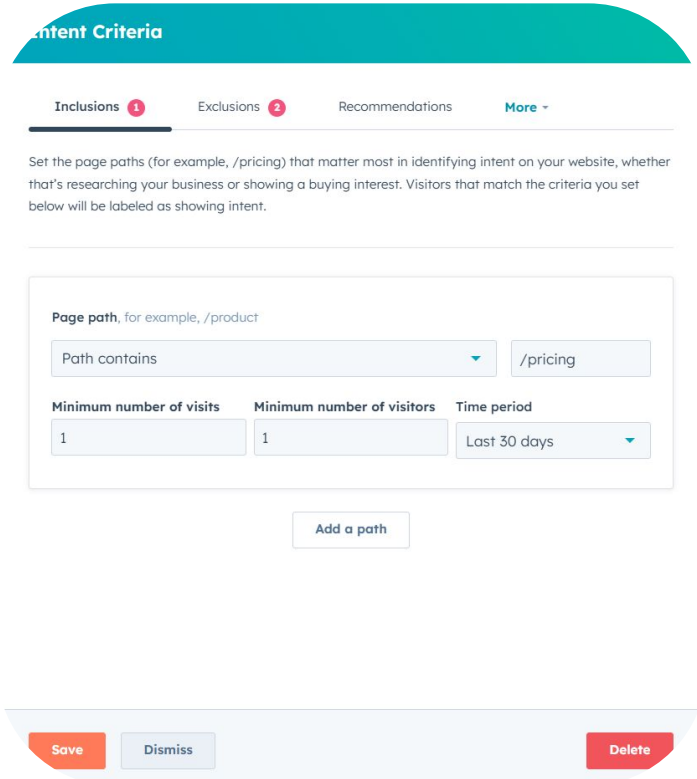
- Klik op het dropdown menu en selecteer één van de volgende opties:
  - Pad is gelijk aan
  - Pad is niet gelijk aan
  - Pad bevat
  - Pad bevat niet
  - Pad begint met
- Voer je paginapad in het veld in.

**Minimum aantal bezoeken:** het minimale aantal paginabezoeken van hetzelfde bedrijf om te kwalificeren als 'intent'.

**Minimum aantal bezoekers:** het minimale aantal unieke bezoekers van hetzelfde bedrijf die je pagina hebben bezocht om te kwalificeren als 'intent'.

**Tijdsbestek:** het tijdsbestek waarin de websitebezoeken hebben plaatsgevonden.

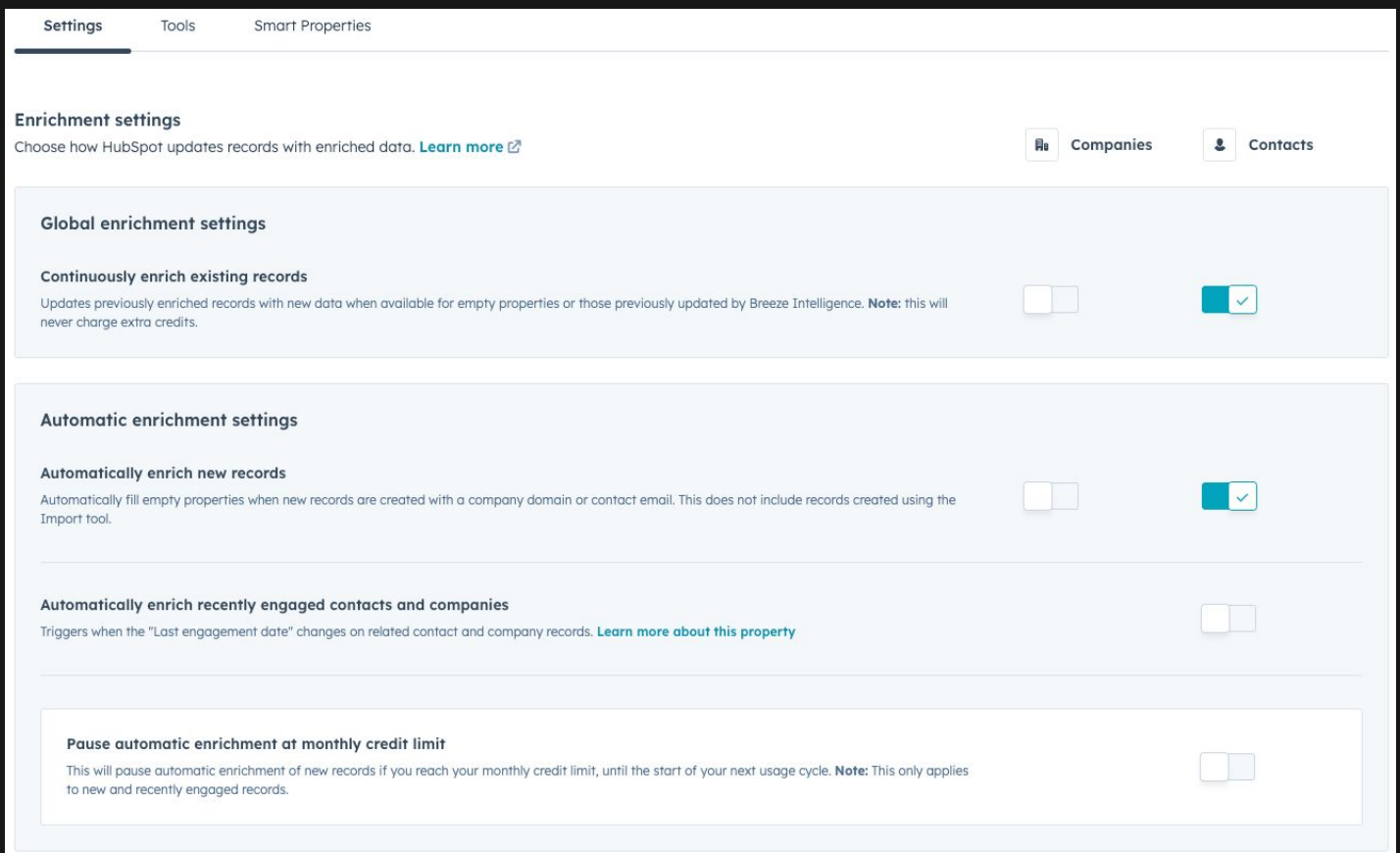
Om pagina's uit te sluiten, kan je ook uitsluitingscriteria instellen. Klik bovenaan op het tabblad Uitsluitingen. Stel vervolgens je uitsluitingen in.



10

# Enrich records

Verrijk contact- en bedrijfsgegevens om je data te verbeteren en klanten beter te begrijpen. Met behulp van Breeze Intelligence kun je contact- en bedrijfsgegevens door Hubspot laten verrijken om je data te verbeteren en klanten beter te begrijpen. Zowel bestaande als nieuw toegevoegde CRM-records worden aangevuld met relevante informatie uit de verrijkingsdataset. Voor elke verrijking zijn credits nodig.



The screenshot shows the HubSpot Enrichment settings page. At the top, there are tabs for 'Settings', 'Tools', and 'Smart Properties'. Below the tabs, the page is titled 'Enrichment settings' and includes a sub-header 'Choose how HubSpot updates records with enriched data. [Learn more](#)'. There are two main sections: 'Global enrichment settings' and 'Automatic enrichment settings'. Each section contains several toggle switches for different enrichment options. The 'Global enrichment settings' section includes a toggle for 'Continuously enrich existing records' which is turned on. The 'Automatic enrichment settings' section includes toggles for 'Automatically enrich new records' (turned on), 'Automatically enrich recently engaged contacts and companies' (turned off), and 'Pause automatic enrichment at monthly credit limit' (turned off). There are also buttons for 'Companies' and 'Contacts' at the top right of the settings area.

## Let op!

Records kunnen alleen worden verrijkt als ze aan bepaalde criteria voldoen. Contactpersonen moeten een zakelijk e-mailadres hebben, aangezien persoonlijke e-mailadressen zoals Gmail of Yahoo niet worden verrijkt. Voor bedrijven is een bedrijfsdomeinnaam vereist. Daarnaast worden alleen records met beschikbare gegevens bijgewerkt; als er geen verrijkingsdata beschikbaar zijn, blijft het record ongewijzigd.



# Verrijkte gegevens gebruiken in HubSpot tools

Hieronder staan voorbeelden van hoe je verrijkte gegevens kunt gebruiken in je HubSpot account:

**Evalueer kopersintentie:** de kopers intentie tool, powered by Breeze Intelligence, helpt je inzicht te krijgen in de bedrijven die je website bezoeken zodat je kunt bepalen op welke bedrijven je je moet richten.

**Formulieren verkorten:** met formulier verkorting, wanneer een bezoeker een formulier invult, controleert HubSpot de verrijking dataset op bestaande gegevens en toont alleen de velden die niet kunnen worden verrijkt.

**Verbeter lead scoring:** geef prioriteit aan potentiële prospects met volledige en nauwkeurige profielen.

Gerichte marketingcampagnesopzetten: gebruik verrijkte velden zoals functietitel, branche en bedrijfsgrootte om uw doelgroep effectief te segmenteren.

**Klantinteracties personaliseren:** gebruik verrijkte gegevens om meer betrouwbare personalisatie tokens in te vullen in e-mails, berichten, pagina's, enz.

Workflows verfijnen: gebruik verrijkte gegevens om workflows te activeren.

settings
**Tools**
Smart Properties

---

**Tools with access to HubSpot Enrichment**  
 These tools can be given access to enrichment despite your selections on the settings tab.

**Enrichment tools**

**Forms** ⓘ

Allow the Forms editor to use HubSpot Enrichment to enable form shortening.

**Imports** ⓘ

Allow the Import tool to use HubSpot Enrichment to automatically enrich contact and company records during file uploads.

**Workflow Automations** ⓘ

Allow Workflows and Workflow Actions to use HubSpot Enrichment to enable enrichment within automation.



## 12

# Analyseer je doelmarkten

Identify companies visiting your website, filter by fit, intent, and engagement.

Filters Saved views

Time frame  
Last 7 days

In my target markets  
 [Edit target markets](#)

Showing intent  
 [Edit intent](#)

Include companies in my HubSpot CRM

All companies

Companies in my CRM

Companies not in my CRM

Lifecycle stage  
Any

Deal stage  
Any

Owner  
Any

Traffic source  
Any

Specific page views  
Search

[Save view](#)

Na installatie van de HubSpot-trackingcode toont Buyer Intent bedrijfsgegevens door anonieme websitebezoekers te koppelen aan IP-adressen van bekende bedrijven. Bedrijven die al in je account staan, worden gemarkeerd met een HubSpot-icoon. Voor toegang tot meer dan 20 bedrijven per weergave is een Professional- of Enterprise-abonnement plus Breeze Intelligence-credits vereist.

Wanneer je een bedrijf vanuit Buyer Intent toevoegt aan je CRM, krijgt het de eigenschap 'Recordbron: Buyer-Intent'. In je HubSpot-account kun je via Marketing > Buyer Intent verschillende filters toepassen om relevante bedrijven te segmenteren, zoals:

**Tijdsbestek:** Filter op de laatste bezoekdatum binnen een bepaalde periode.

**Doelmarkten:** Selecteer bedrijven die voldoen aan jouw criteria.

**Intentiecriteria:** Weergave van bedrijven met koopintentie.

**CRM-gegevens:** Kies tussen alle bedrijven, bedrijven binnen of buiten je CRM.

**Levenscyclusfase en Dealfase:** Sorteren op klantstatus of dealvoortgang.

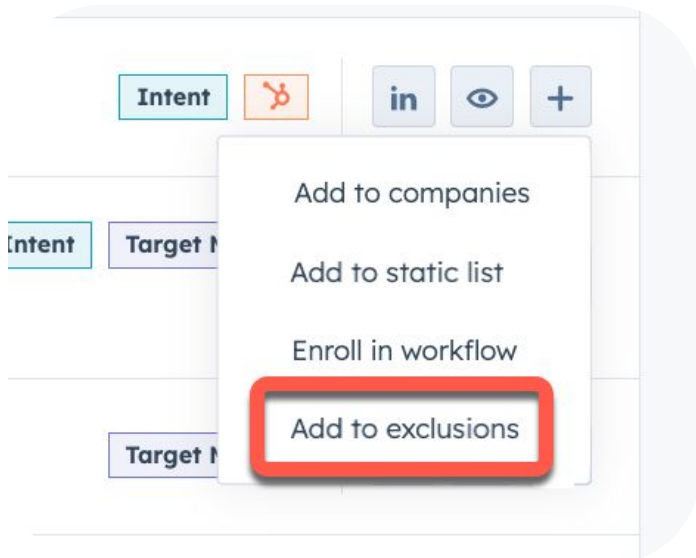
**Eigenaar:** Filter op toegewezen bedrijfsrecord-eigenaren.

**Verkeersbron:** Analyseer URL-niveau bezoekgegevens.

**Specifieke paginaweergaven:** Filter bedrijven die bepaalde pagina's hebben bezocht.

Met de juiste filters kun je doelgerichte inzichten verkrijgen en bedrijven met een hoge koopintentie identificeren.





## Bedrijven uitsluiten van buyer intent

Met Breeze Intelligence-credits kun je tot 100 bedrijven uitsluiten van het buyer intent-overzicht, inclusief tabbladen met bedrijven, opgeslagen weergaven, automatische toevoegingen en e-mailoverzichten, zelfs als ze al in je CRM staan. Dit kost geen Breeze-credits. Om een individueel bedrijf uit te sluiten, ga je naar **Marketing > Buyer Intent** in HubSpot, beweeg je met de muis over een bedrijf en klik je op het plusteken (+), waarna je **Toevoegen aan uitsluitingen** selecteert.

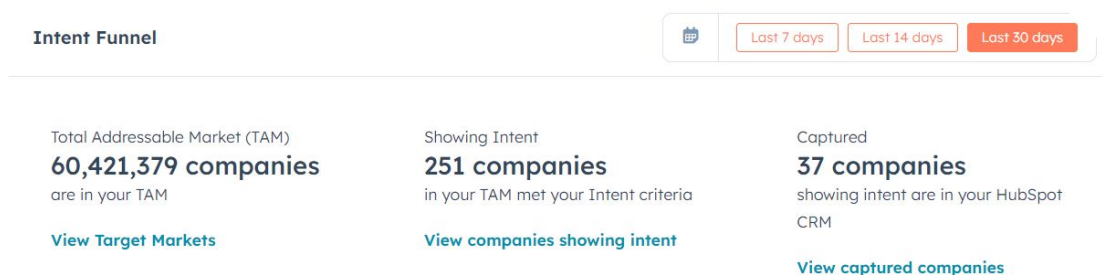
## Analyseer het overzicht

Op het tabblad **Overzicht** in HubSpot kun je de penetratie van je doelmarkten en je totale bereikbare markt analyseren op basis van bedrijven die je website bezoeken.

Via **Marketing > Kopersintentie** krijg je toegang tot het tabblad Overzicht, waar je het rapport *Intent Funnel* kunt aanpassen door een tijdsbestek van 7, 14 of 30 dagen te selecteren. Vervolgens kun je drie belangrijke inzichten bekijken:

- **Totale bereikbare markt (TAM):** Het aantal bedrijven dat voldoet aan je doelmarktcriteria.
- **Intentie:** Bedrijven binnen je TAM die interesse tonen en voldoen aan intentiecriteria.
- **Betrokken bedrijven:** Bedrijven uit je TAM die als bedrijfsrecords bestaan en voldoen aan intentiecriteria.

Klik op de bijbehorende opties om deze bedrijven te bekijken in het tabblad **Kopersintentie** en je strategie verder te verfijnen.



## **Tot slot**

Buyer Intent geeft je geen extra data. Het geeft je een voorsprong. Wie eerder ziet wie klaar is om te kopen, wint het gesprek voordat de concurrent het merkt. Stel je criteria scherp, check wekelijks. Wacht niet op toeval. Grijp het moment.