



Grip & Overzicht

Snelle, consistente opvolging

Betrouwbare cijfers

Maximale conversie

STEAM[®]
CONNECT
 company
connect

**Haal het maximale
uit jouw leadlijst**

Waarom je nu nog te veel laat liggen

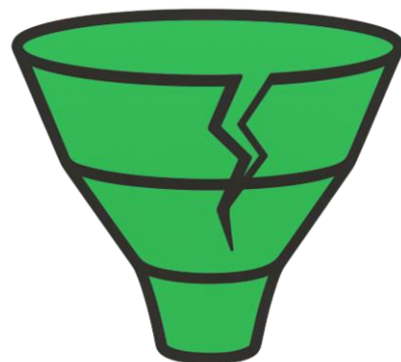
Je koopt 1000 leads in. Je salesmedewerkers scoren op een deel daarvan. Misschien op 400, misschien op 600. Maar zelden weet je wat er gebeurt met de rest. Niet omdat ze slecht zijn, maar omdat je simpelweg geen inzicht hebt in wanneer, hoe en waarom leads afvallen. Dat is vreemd, zeker als je beseft hoeveel geld er per maand doorheen gaat. En nog vreemder als je bedenkt dat het wél inzichtelijk kan worden gemaakt.

In deze special nemen we je mee in de realiteit van leadverlies. Daarin laten we zien waar het misgaat en bieden we inzicht in hoe grip, structuur en transparantie leiden tot hogere conversie. En uiteindelijk: betere commerciële prestaties. Deze Executive Special is de eerste gezamenlijke uitgave van Steam-connect en Company Connect.

1. De onzichtbare breuk in je funnel

Op papier ziet je funnel er logisch uit. Leads komen binnen, ze worden opgevolgd en een deel daarvan wordt klant. In werkelijkheid zit er een enorme breuk tussen leadgeneratie en conversie. Een breuk die ontstaat zodra er geen zicht is op wat er tussen die twee punten gebeurt.

Het begrip “*sales funnel leakage*” wordt gebruikt om het percentage leads te meten dat niet doorgaat naar het volgende funnelstadium. Dit is een cruciale KPI om knelpunten en inefficiënties in de funnel te identificeren (Census, 2024).



Stel: je koopt 1000 leads per maand in voor gemiddeld €40 per stuk. Je betaalt dus €40.000. Vervolgens zie je dat er 500 opvolgingen plaatsvinden. Daaruit worden 50 klanten gerealiseerd. Dan lijkt je conversie 10 procent. Maar klopt dat wel?

Het antwoord is: je weet het niet. Want van de 500 leads die niet worden opgevolgd, weet je niets. Niet of ze zijn gebeld, of ze onbereikbaar waren, of ze foutief stonden ingevoerd. Eigenlijk niet eens of ze überhaupt zijn bekeken. Hierom weet je ook niet of daar niet nóg eens 50 of 100 klanten tussen hadden gezeten.

Zonder inzicht stuur je op cijfers die maar de helft van het verhaal vertellen. En in veel gevallen: op aannames. Want in gesprekken hoor je vooral over de successen en niet over de leads die zijn kwijtgeraakt zonder verklaring.

Het verlies gebeurt dus niet in de conversie, maar in de stiltes ertussen. En dat verlies blijft structureel onzichtbaar als je niet weet waar het plaatsvindt. De term meten is weten is bij iedereen bekend en dat is wat je in dit geval wil doen.

2. De stille killers van je conversie die leiden tot een lekkende funnel

De kloof tussen leadgeneratie en conversie ontstaat zelden door onwil, maar vaak door omstandigheden. In veel organisaties zijn de intenties goed, maar de middelen beperkt. Zo is er vaak simpelweg te weinig tijd of capaciteit om elke lead op tijd op te volgen. Nieuwe contacten komen boven op lopende gesprekken, administratieve taken en andere prioriteiten. Leads worden doorgeschoven naar later en verdwijnen daar onbedoeld uit beeld.

Daarnaast ontbreekt het aan een centraal systeem. Leads staan op vijf plekken tegelijk: in Excel, in mailboxen, op papier of in een los CRM-systeem. Niemand ziet het hele plaatje. Daardoor is het lastig te bepalen wat er met een specifieke lead is gebeurd, wie er iets mee gedaan heeft en wat het heeft opgeleverd.

Ook het gebrek aan een duidelijk proces speelt een rol. In de praktijk doet elke medewerker het op zijn eigen manier. De één belt binnen tien minuten, de ander pas na twee dagen. Sommigen noteren elk detail, anderen niets. Niet uit desinteresse, maar omdat er geen uniforme structuur is of omdat het "te druk" is.

Gemiddeld stopt 44% van de verkopers na slechts één follow-uppoging en slechts 8% onderneemt meer dan vijf opvolgingen. Dit terwijl slechts 2% van de sales plaatsvinden op het eerste contact (IRC Sales Solutions, z.d.).

Wat de situatie vaak verergert, is de hoeveelheid handmatig werk. Gespreksverslagen, opvolgingen en statussen moeten handmatig worden ingevoerd. En juist als het druk is, schiet dat erbij in. Wat niet wordt geregistreerd, lijkt niet gebeurd en zo verdwijnen leads geruisloos uit de funnel. Zoals een operationeel manager het proces onlangs omschreef: *"We vragen heel veel informatie en die informatie zit meestal in het hoofd van de mensen. Die heen en weer communicatie en minimale administratie is een uitdaging op wekelijkse basis."*

Tot slot: zonder inzicht is er geen verantwoordelijkheid. Wanneer medewerkers niet kunnen zien wat ze goed doen, of waar verbetering mogelijk is, ontstaat er geen gevoel van eigenaarschap. Iedereen werkt hard, maar niemand weet of het werkt en dus blijft alles zoals het is. De oplossing ligt in een systeem dat alle informatie en contactmomenten automatisch vastlegt. Zo gaat er niets verloren en ontstaat er een compleet beeld van de leadreis.

3. Leadverlies in de praktijk



In praktijkanalyses valt op hoe snel leads verdwijnen na een eerste contactmoment zonder dat iemand dat merkt. Zoals eerder benoemd onderneemt 44% van de salesmedewerkers na het eerste contact helemaal geen opvolgpoging. Slechts 8% blijft zo ver gaan dat er drie of meer vervolgpogingen worden gedaan (IRC Sales Solutions, z.d.). Deze statistieken illustreren dat een kort eerste contactmoment zonder vervolgstappen een groot risico vormt. Veel leads raken uit beeld voordat er überhaupt sprake is van zorgvuldig opvolgen of registratie.

Hoewel leads soms binnen enkele minuten worden beantwoord, volgt er vaak geen vervolgactie of registratie. Zo vermeldt Guerra (2025) dat 48% van de salesmedewerkers geen follow-up pogingen maken. Statistieken benadrukken dat 80% van de sales pas tot stand komen na vijf of meer contactmomenten. Bovendien is snelle opvolging cruciaal: leads die binnen 5 minuten worden benaderd, zijn 21 keer waarschijnlijker gekwalificeerd. Wie dan ook binnen diezelfde tijd belt, is zelfs 100 keer waarschijnlijker verbonden (Razvan, 2025).

In dit soort situaties verdwijnt een lead zonder sporen achter te laten. In rapportages zie je hem niet terug en aan het einde van de maand wordt deze lead niet meegenomen in analyses. Een kanttekening hierbij is dat er wel vaak navraag wordt gedaan. Als argument wordt er dan al vrij snel aangegeven dat er toch geen echte interesse was vanuit de lead.

Wat dit voorbeeld aantoont, is dat leadverlies geen dramatisch falen is. Het is subtiel. Het zit in de details. Een misverstand. Een verkeerd moment. Geen vastlegging. Geen tweede kans. Juist die momenten bepalen of je je investering terugverdient. En of je team in staat is om te leren en verbeteren. Maar dan moeten ze wel gezien worden.

4. Waar vrijheid tegen je gaat werken

De meeste salesorganisaties geloven in autonomie. Medewerkers krijgen de ruimte om hun werk op hun eigen manier te doen. Dat werkt vaak goed, maar juist bij leadopvolging wordt die vrijheid soms duur betaald.

Wat we in de praktijk vaak zien:

- Medewerker A belt alle leads binnen een uur na binnenkomst, maar registreert niets.
- Medewerker B selecteert alleen op voornaam of postcode en laat de rest liggen.
- Medewerker C belt pas twee dagen later, omdat hij eerst lopende gesprekken afrondt.

Geen van deze handelingen is per se fout, maar niet kwalitatief juist. Zonder inzicht zie je eigenlijk alleen het resultaat en niet de weg ernaartoe. Daarom dus ook niet waar het beter had gekund. Of waarom iets niet is gelukt. Vrijheid in het afhandelen is waardevol, maar alleen als het ondersteund wordt door verantwoordelijkheid. Die ontstaat pas wanneer mensen zicht hebben op hun eigen gedrag en op het effect ervan.

Je hoeft verkopers niet te beperken. Je moet ze uitrusten met systemen die laten zien waar ze goed in zijn, waar het misgaat, waar ze tijd verliezen en hoe ze effectiever kunnen zijn. Effectieve CRM-systemen die lead-opvolging en interacties inzichtelijk maken zijn essentieel om leads niet 'weg te laten glippen'. Zo behoudt het team autonomie, maar binnen een proces dat inzicht en verbetering mogelijk maakt.



5. De rol van inzicht in motivatie

Veel organisaties denken dat inzicht vooral iets is voor managers, rapportages, dashboards en vergaderingen. In de praktijk is inzicht echter ook een vorm van motivatie. In gesprek met salesafdelingen komt naar voren dat zij bij verspreide tooling moeite hebben met het bijhouden van contactpogingen. *“Wat wij missen, is een compleet overzicht. Nu is het allemaal versnipperd en daardoor verlies je grip.”*



In een ideale situatie zie je precies wanneer nieuwe leads binnenkomen, zodat geen enkele kans wordt gemist. Je weet altijd hoe lang een lead wacht voordat er opvolging plaatsvindt. Ook is duidelijk welke gesprekken bijdragen aan succes en conversie. En bovenal wordt zichtbaar waar en waarom leads onderweg verloren gaan.

In meerdere praktijkcases bleek dat in teams die real-time inzicht kregen in hun

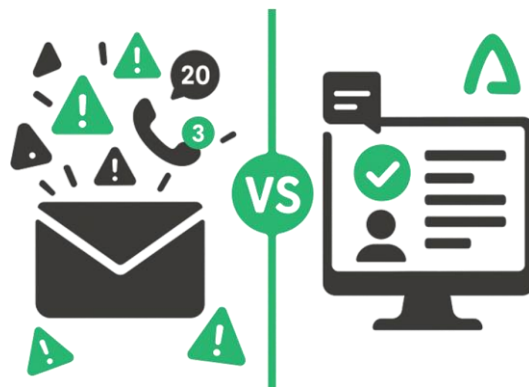
opvolgedrag, de responstijd aanzienlijk daalde. Het aantal no-shows bij vervolgspraken nam af. Er ontstond een cultuur waarin mensen elkaar gingen helpen, omdat iedereen hetzelfde zag en dus dezelfde taal sprak. (Hatrio, 2025)

Dit inzicht maakt de opvolging beter, sneller en effectiever. Met behulp van een centraal systeem kun je “sales funnel leakage” detecteren en proactief verbeteren. Dit verhoogt de effectiviteit en de mate van samenwerking binnen salesteams. (Hatrio, 2025)

6. Van losse lijsten naar een zichtbare reis

In veel organisaties leeft de lead op vijf plekken tegelijk:

- In een Excelbestand op iemands bureaublad
- In het CRM-systeem
- In de mailbox van marketing
- In een notitieboek van de verkoper
- In een campagne-dashboard van een extern bureau



Dat betekent dat niemand echt het overzicht heeft. Niemand weet wat de actuele status is en niemand kan beoordelen of een lead goed of slecht is, want er is geen totaalbeeld.

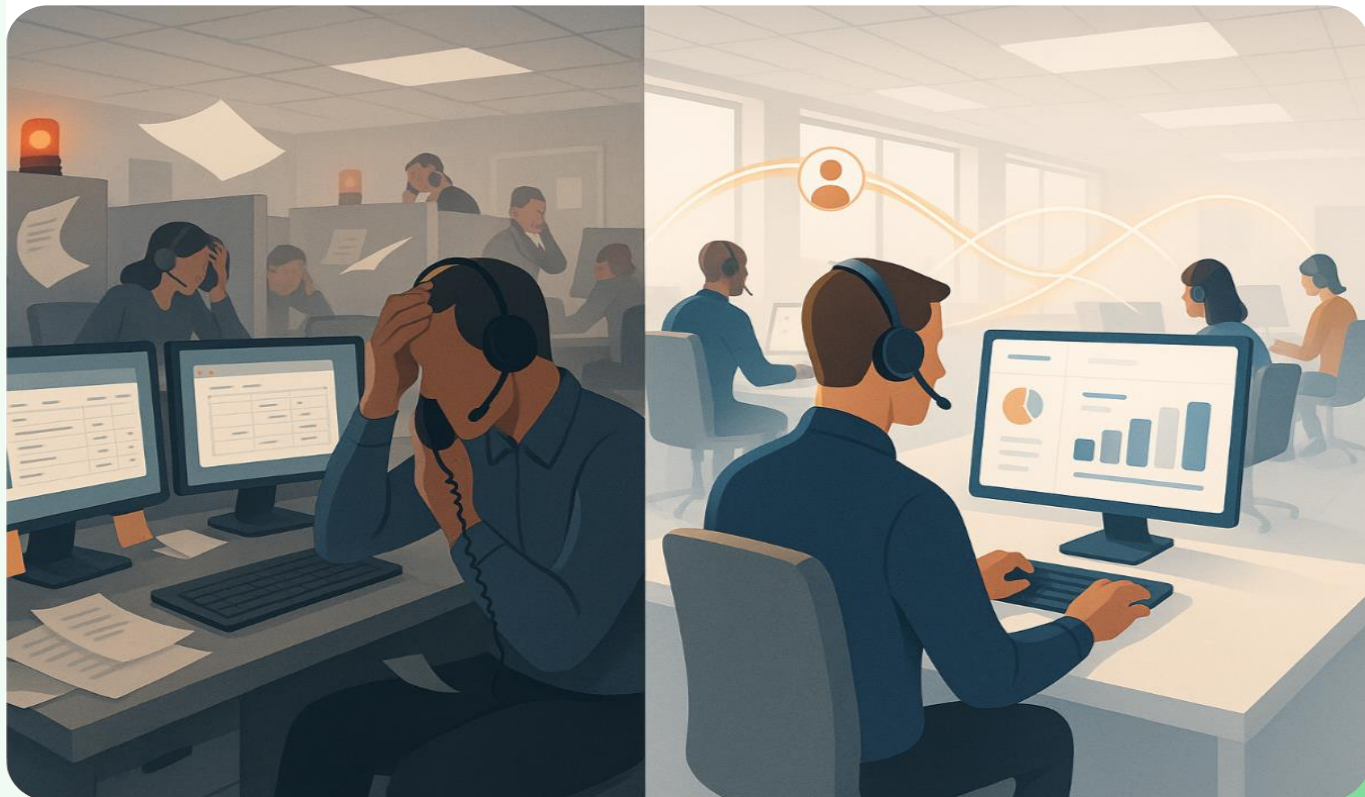
Precies dat kan anders: alle informatie en contactmomenten worden automatisch vastgelegd, zodat er geen cruciale details verloren gaan. Niet in aparte systemen, maar centraal. Zichtbaar voor iedereen die verantwoordelijk is voor conversie. Daardoor kun je beter sturen, maar belangrijker nog: leads verdwijnen niet meer uit beeld. Je voorkomt verlies door onduidelijkheid en geeft je team daarnaast ook het gereedschap om eigenaarschap te nemen.

7. Wat je niet ziet, kun je niet verbeteren

Veel ondernemers denken dat ze al inzicht hebben. Ze kijken naar rapportages, CRM-data of het maandelijkse verkoopoverzicht. Maar dat zijn vaak eindresultaten. Ze laten alleen zien wat gelukt is. Niet wat er verloren ging en waarom.

In gesprek met een sectorgenooot bespreken we de situatie. Hij geeft aan het op dezelfde manier aan te pakken, waarbij er pas wordt ingegrepen als het te laat is. *“We zijn daar heel erg reactief in. Op het moment dat het goed gaat, is het allemaal goed. En op het moment dat het fout gaat, dan gaan we denken.”*

De grootste winst zit dus niet in nog meer leads. Die zit in beter omgaan met wat je al hebt. Dat lukt echter alleen als je weet waar je het verliest. Of het in de timing zit, de benadering, de registratie of simpelweg in het ontbreken van een tweede poging. Zonder meting van sales funnel leakage wordt een kans gemist om gerichte verbeteringen aan te brengen. Geïnformeerde optimalisatie is cruciaal voor betere conversies (Census, 2024). Inzicht maakt verbeteren mogelijk. En dus: groei.



Van gevoel naar grip

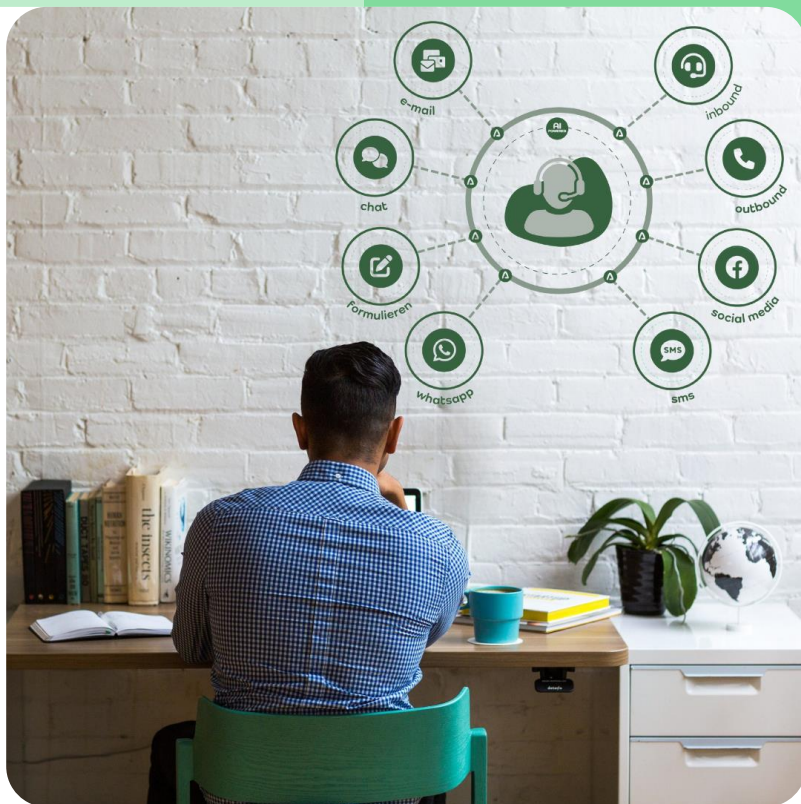
Je hoeft niet langer te vertrouwen op aannames of onderbuikgevoel. Je hoeft niet te gokken waarom de resultaten deze maand tegenvallen. Of waarom de conversie bij team A hoger is dan bij team B. Je kunt het weten. En als je het weet, kun je sturen. En als je kunt sturen, kun je verbeteren. Zodat elke lead telt, je investering rendeert en je team niet alleen harder werkt, maar vooral slimmer.

Leadverlies ontstaat zelden door slechte intenties, maar door structurele tekortkomingen. Te weinig tijd, geen centraal systeem, uiteenlopende werkwijzen, handmatige administratie en een gebrek aan inzicht. Elk van die oorzaken zorgt ervoor dat leads uit beeld verdwijnen zonder dat iemand het doorheeft.

Steam-connect pakt deze knelpunten aan. Nieuwe leads worden automatisch toegewezen aan de juiste medewerkers, waardoor opvolging sneller en consistentieverloopt. Alle contactmomenten van belpoging tot gesprek worden realtime vastgelegd. Zo ontstaat er één overzichtelijke omgeving waarin je altijd ziet wat er met een lead gebeurt.

Waar eerder ieder teamlid zijn eigen aanpak had, brengt Steam-connect structuur zonder rigide regels. Iedereen behoudt vrijheid, maar werkt binnen een proces dat inzicht en verbetering mogelijk maakt. Doordat medewerkers hun eigen prestaties en effecten direct kunnen zien, groeit het gevoel van verantwoordelijkheid vanzelf. Managers én medewerkers zien direct waar leads worden opgevolgd, waar ze verdwijnen en waar kansen liggen.

Je hoeft geen extra leads in te kopen om je resultaat te verbeteren. Je hebt vooral zicht nodig op waar het nu misgaat. Steam-connect maakt dat inzicht mogelijk. En wat je ziet, kun je verbeteren.



Company Connect is premium partner en officiële reseller van Steam-Connect. Als strategisch partner kennen wij het platform als geen ander. Dankzij ons nauwe contact kunnen wij snelle en doelgerichte ondersteuning bieden.

Heb je vragen over hoe je meer inzicht haalt uit je funnel, of hoe je de leadopvolging structureler kunt inrichten? Wij sparren graag met je over wat er in jouw situatie mogelijk is.

Bel ons:

085 - 7500 505

Mail ons:

salesdesk@companyconnect.nl



Literatuurlijst

- Census. (2024, 1 oktober). *Sales Funnel Leakage Rates: Measure & Optimize*. https://www.getcensus.com/ops_glossary/sales-funnel-leakage-rates-measure-optimize
- Guerra, K. (2025, 4 februari). *149+ Eye-Opening Sales Statistics to Consider in 2025 – By Category*. <https://spotio.com/blog/sales-statistics/#:~:text=%2A%20Follow,com>
- Hatrio. (2025, 11 maart). *How to Assess Sales Funnel Leakage With Analytics*. <https://sales.hatrio.com/blog/how-to-assess-sales-funnel-leakage-with-analytics/>
- IRC Sales Solutions. (z.d.). *Sales Follow-Up Statistics and Process – The Power of Follow-Ups*. <https://ircsalessolutions.com/insights/sales-follow-up-statistics/>
- Razvan, K. R. (2025, 1 augustus). *What Is Lead Response Time and How It Wins You More Deals*. <https://www.chilipiper.com/article/speed-to-lead-statistics>