

# MARKTPOTENTIEEL BEREKENEN

## EEN 4-STAPPENPLAN VOOR B2B-BEDRIJVEN

Bij het berekenen van uw marktpotentieel komt u er eenvoudig gezegd achter welk gedeelte van de markt al klant bij u is en welk gedeelte nog niet. Het geeft u inzicht in uw potentiële omzet. Door hier vervolgens een Klant-Markt-Analyse op los te laten, weet u waar de grootste kansen liggen en maakt u efficiëntere keuzes voor uw marketing- en salesbudget. Deze keuzes kunt u beter onderbouwen en vergroten uw conversie en winst.

### 1. Analyse van uw klanten

U kijkt eerst naar uw eigen klantenportefeuille. Heeft u bijvoorbeeld al 50% van de horeca in handen? Grote kans dat daar meer mogelijkheden liggen dan bij een sector waar u nog geen klanten heeft. Bij een analyse kijkt u naar de volgende criteria:

- Bij welke groep zit de meeste omzet?
- Binnen welke regio ben ik sterk vertegenwoordigd?
- In welke sector/branche zitten mijn klanten?
- Wat is de omvang van mijn klanten?
- Binnen welke rechtsvorm ben ik goed vertegenwoordigd?

Vervolgens kijkt u wat mediane omzet is per klantgroep. Een mediane omzet geeft u een realistischer beeld, omdat deze uitschieters niet te zwaar meerekent.

### 2. Afzetten tegen de markt

In stap 2 kijkt u wat het marktaandeel van uw bedrijf is in een bepaalde groep.

- Tel het aantal klanten in een bepaalde sector
- Onderzoek het aantal actieve bedrijven in deze sector
- Bereken hiervan het marktaandeel
- Bereken het percentage

Deze stap is belangrijk omdat het absolute aantal klanten een vertekend beeld kan geven. Het kan bijvoorbeeld zijn dat u in absolute getallen weinig energiebedrijven als klant heeft, maar uw marktaandeel hierin groot is.

### 3. Omzet van focussegmenten

Met behulp van stap 1 en 2 gaat u zoeken naar klantsegmenten met de grootste kans op conversie (waar u al goed vertegenwoordigd bent) en de meeste potentie (waar nog rek in zit). Neem een klantgroep, bekijk hoeveel bedrijven nog klant kunnen worden binnen dat segment en vermenigvuldig dit met de mediane omzet. Hiermee berekent u heel concreet het marktpotentieel op basis van omzet.

Een voorbeeld: u bent goed vertegenwoordigd in de regio ZuidHolland onder ICT-bedrijven. U heeft een marktaandeel van 45% en een mediane omzet van 90.000 per jaar. Er zijn nog 80 ICTbedrijven in deze regio geen klant.

Uw marktpotentieel is  $80 * 90.000 = 7.200.000$

### 4. Waardevolle leads verzamelen

Na het vergelijken van verschillende segmenten weet u nu welke de meeste potentie voor u hebben. Met deze informatie gaat u op zoek naar waardevolle bedrijven om campagnes op te zetten.

Wilt u zich richten op bedrijven die financieel stabiel zijn en waar veel groei in zit? Dan is het slim om leads te vinden met de B2B Prospect Zoekmachine. Hiermee krijgt u naast de contactgegevens van bedrijven uit een bepaald segment ook de volgende scores van bedrijven:

- Zijn ze financieel gezond?
- Betalen ze hun rekeningen op tijd?
- Hoe groot de kans is dat ze gaan groeien?