POWER KRAUT

PILOT · VERSIE 0.6

Pilot Leadopvolging 2.0

Eén route, vier stukken: formulier, container, cold met mail, reminder en DM, en hot. Warm gaat zonder opvolging direct naar LEF.

WAAROM EEN PILOT

We beginnen klein, met echte leads. Het doel is bewijzen dat een lead op de juiste route belandt, verrijkt is en bij de juiste dealer in LEF staat, voordat we nurturing, DM en de zakelijke flow bouwen. Wat in de pilot werkt, rollen we uit. Wat niet werkt, komt boven water voordat het groot is.

IN DE PILOT

- **Eén Stellantis-merk, alle vestigingen**
- **Formulier particulier** met twee controlevragen
- **Container:** één lead per bezoeker, voorkeursvestiging, RDW en Autotelex
- **Cold:** whitepaper-mail, reminder en DM, alle drie naar een persoonlijke landingspagina met formulier
- **Warm:** met kenteken en gewenst model direct in LEF
- **Hot:** BEL NU in LEF, bevestigingsmail, belpogingen en belplanner-mail
- **Dashboard** om de pilot te meten

NIET IN DE PILOT

- Zakelijk formulier en zakelijke flow
- Warme opvolgmails: meer info, offerte, proefrit, Taxatie eDM
- Cold mail 2 en 3
- Postfilter, en DM voor warm

DE REGEL: TWEE VRAGEN BEPALEN DE ROUTE

WAT WIL JE?	BELLEN?	ROUTE	WAT GEBEURT ER IN DE PILOT
Meer informatie	nee	COLD	Alleen NAWTE. Whitepaper-mail, geen open na 5 dagen een reminder, na nog 2 dagen een DM met QR. Alle drie landen op een persoonlijke landingspagina met formulier.
Offerte, proefrit of taxatie	nee	WARM	Met huidig kenteken en gewenst model. Verrijkt direct in LEF, met de notitie “wil niet gebeld worden, wel interesse”.
Meer informatie, offerte, proefrit of taxatie	ja	HOT	Container verrijkt de lead. BEL NU in LEF. De dealer belt binnen 1 werkdag.

Waarom warm direct in LEF? De warme opvolging (mails en DM) bestaat in de pilot nog niet en er is geen ander systeem om de lead te bewaren. De dealer pakt hem op in LEF: hij mailt persoonlijk en belt niet.

BUDGET: DV360-BUDGET DAT VRIJVALT

DV360 staat uit, het budget is nog niet uitgegeven. Deze vier merken zijn de opties voor de pilot (resterend budget):

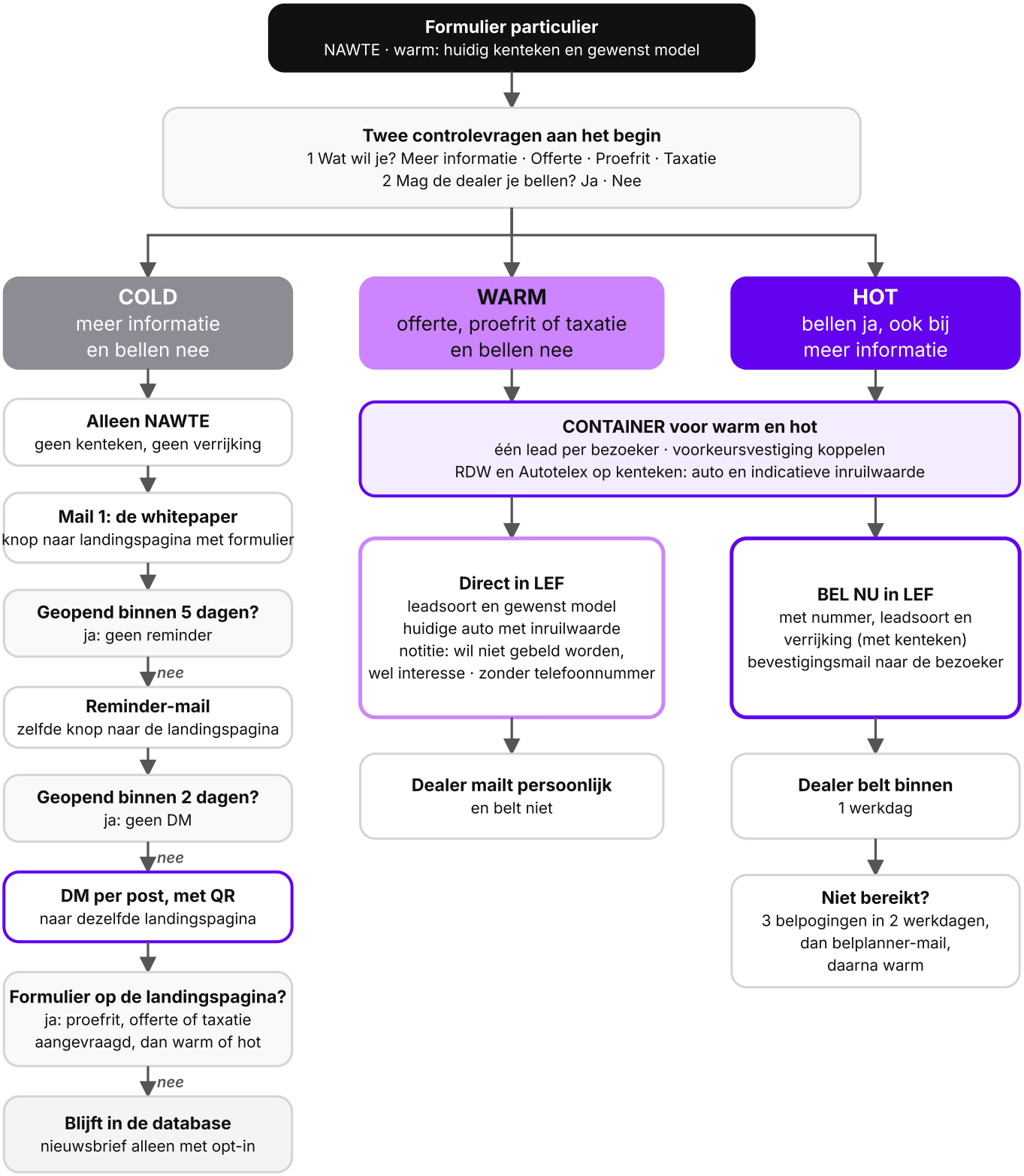
CITROËN	JEEP	OPEL	PEUGEOT	TOTAAL
€ 8.409	€ 10.716	€ 17.370	€ 17.703	**€ 54.197**

WAT WE IN DE PILOT WILLEN LEREN

1. Komt elke lead op de juiste route terecht, op basis van twee vragen?
2. Hoeveel mensen die meer informatie willen, vragen ook om een telefoontje?
3. Komt de lead compleet en zonder dubbelen in LEF bij de juiste vestiging?
4. Belt de dealer een hot lead binnen 1 werkdag?
5. Brengen de mail, de reminder of de DM cold-leads alsnog tot een aanvraag op de landingspagina?
6. Wat doet een dealer met een warme lead die hij niet mag bellen?

DE FLOW VAN DE PILOT

Eén formulier, twee vragen, drie routes. Warm en hot lopen door de container, cold niet. Gestippeld is wat buiten de pilot blijft.



Buiten de pilot

Zakelijk formulier en flow · warme opvolgmails (meer info, offerte, proefrit, Taxatie eDM) · cold mail 2 en 3
Postfilter · DM voor warm · nurturing na dag 5

STAP VOOR STAP

STAP	WAT GEBEURT ER	WAT DE BEZOEKER KRIJGT	WAT DE DEALER ZIET
1 Formulier	Particulier formulier met NAWTE (naam, adres, woonplaats, telefoon, e-mail). Controlevraag 1: wat wil je. Controlevraag 2: mag de dealer je bellen. Voorkeursvestiging altijd. Bij warm vult de bezoeker ook zijn huidige kenteken en het gewenste model in. Bij hot is het kenteken optioneel, bij cold vragen we het niet. Nieuwsbrief-opt-in als vinkje.	Bevestiging op het scherm	Niets, alleen bij warm en hot na stap 2
2 Container	Maakt één lead per bezoeker (ontdubbelen op e-mail) en bepaalt de route. Koppelt de voorkeursvestiging. Bij warm en hot met kenteken: RDW voor merk, model en bouwjaar en Autotelex voor de indicatieve inruilwaarde. Een hot lead zonder kenteken gaat onverrijkt door, de route blijft gelijk.	Niets	Niets
COLD **3 Mail, reminder, DM**	Direct na aanmelding gaat de whitepaper-mail uit. Mailchimp ziet per mailadres of de mail is geopend. Niet geopend na 5 dagen: een reminder-mail. Ook die niet geopend na 2 dagen: een DM per post naar het adres uit het formulier. De knop in de mail en de reminder en de QR op de DM landen allemaal op een persoonlijke landingspagina met formulier: zijn gegevens staan al ingevuld en hij vraagt er alsnog een proefrit, offerte of taxatie aan. Dan start de route opnieuw als warm of hot. Geen aanvraag: de bezoeker blijft in de database. Alleen met opt-in komt hij op de nieuwsbrief.	Whitepaper-mail, zo nodig reminder en DM, en een landingspagina met formulier	Niets
WARM **4 Direct in LEF**	De lead gaat zonder wachttijd naar LEF, bij de voorkeursvestiging. In LEF staan de leadsoort, het gewenste model, de verrijking van de huidige auto (auto en inruilwaarde, onder voorbehoud van inspectie) en de notitie “wil niet gebeld worden, wel interesse”. Het telefoonnummer gaat niet mee omdat er geen opt-in is.	Bevestiging op het scherm	Warme lead, dealer mailt persoonlijk en belt niet
HOT **5 BEL NU**	Elke bezoeker die bellen ja kiest, ook bij meer informatie, gaat direct als BEL NU naar LEF, met nummer, leadsoort en verrijking (als er een kenteken is). De bezoeker krijgt een bevestigingsmail. De dealer belt binnen 1 werkdag. Niet bereikt: 3 belpogingen in 2 werkdagen, dan een belplanner-mail waarmee de bezoeker zelf een moment kiest. Daarna loopt de lead als warm door.	Bevestigingsmail, bij niet bereikt een belplanner-mail	BEL NU met alle gegevens

WAT BESTAAT AL

ONDERDEEL	STATUS	OPMERKING
Formulier met controlevragen	uitbreiden	Alleen het particuliere formulier. Gewenst model als keuzelijst op basis van het merk
Lead naar LEF met notitie	kan	LEF maakt een lead met notitie aan zonder telefoonnummer
RDW op kenteken	bestaat	—
Autotelex per lead	kan	Autotelex werkt per lead
Cold mail, bevestigingsmail en belplanner-mail	bestaat	Via Mailchimp
Opens per mailadres	bestaat	Mailchimp
Persoonlijke landingspagina met formulier	bestaat	Doel van mail, reminder en QR; gegevens vooraf ingevuld
DM op afroep	deels	Drukker en levertijd vastleggen
Dashboard voor de pilot	op te zetten	Meet de pilot, zie hieronder

METEN

- Aantal leads per route: cold, warm, hot
- Aandeel leads zonder dubbelen en met verrijking
- Tijd van formulier tot lead in LEF
- Aantal hot leads binnen 1 werkdag gebeld
- Cold: geopend, reminder verstuurd, DM verstuurd, aanvraag op de landingspagina
- Wat de dealer met warme leads doet, bijvoorbeeld hoeveel hij mailt

We zetten een apart dashboard op in Looker Studio, realtime en alleen voor PowerKraut, met de pilot-flow naast normale lead ads. Streefwaarden zetten we pas na de eerste weken, op basis van wat we meten.

VOORDAT WE STARTEN

- [ ] Merk gekozen: de pilot draait op alle vestigingen van dat merk
- [ ] Reminder en cold-DM klaar, drukker afgesproken
- [ ] Landingspagina met formulier klaar
- [ ] Looptijd en startdatum vastgesteld
- [ ] Formulier met twee controlevragen online
- [ ] LEF getest: vestiging, notitie, geen nummer
- [ ] RDW en Autotelex per lead getest
- [ ] Gewenst model als keuzelijst van het merk in het formulier
- [ ] Dashboard opgezet
- [ ] Cold mail met de whitepaper geschreven en geplaatst
- [ ] Bevestigingsmail en belplanner-mail klaar in Mailchimp
- [ ] Dealer weet: hot binnen 1 werkdag bellen, warm niet bellen
- [ ] Juridisch akkoord op opt-in voor nieuwsbrief en telefoon

BESLOTEN (30 OKT 2026)

1. **Meer informatie met bellen ja gaat naar hot.** Wie om een telefoontje vraagt, wordt gebeld, ook als hij alleen informatie wil.
2. **Alle vestigingen van één Stellantis-merk** doen mee.
3. **De cold mail is de whitepaper** met één knop naar de landingspagina.
4. **Alleen particulier.** Zakelijk doet niet mee.
5. **Tech:** de mails gaan via Mailchimp. LEF kan een lead met notitie aanmaken zonder telefoonnummer. Autotelex werkt per lead.
6. **Gewenst model** is een keuzelijst op basis van het merk.
7. **Meten** doen we met een dashboard.
8. **Juridisch:** toestemming voor mail, nieuwsbrief en telefoon toetsen we vóór de start.
9. **Cold krijgt een reminder en een DM.** Niet geopend na 5 dagen: reminder. Daarna nog 2 dagen niet: DM per post.
10. **Eén landingspagina:** mail, reminder en DM (QR) landen op een persoonlijke landingspagina met formulier.

NOG TE BEPALEN

1. **Welk merk:** Citroën, Jeep, Opel of Peugeot, op het DV360-budget dat vrijvalt (zie pagina 1). Ook de looptijd en de startdatum.
2. **De cold-DM:** inhoud en formaat, en gaat het adres eerst langs het Postfilter?
3. **Opens zijn niet altijd betrouwbaar:** sommige mailprogramma's openen mails automatisch, dan blijven reminder en DM ten onrechte uit. Kijken we ook naar klikken?

Na de pilot. Gaat het goed, dan bouwen we de warme opvolging, de DM voor warm en de zakelijke flow stap voor stap uit. De volgorde bepalen we met wat we in de pilot leren.