DE KAART VAN NOVAI · RETAIL EN GROOTHANDEL

Je hele sales als één systeem, ingericht voor retail.

Zeven afdelingen rond één AI-brein. Elke afdeling doet het zoekwerk voor zakelijke afnemers zoals horeca, kantoren, scholen, zorginstellingen, winkelketens en bedrijven met een nieuwe vestiging. Jij kiest, belt en verstuurt.



HET BEGINT MET WAT ER AL IS

KvK · LinkedIn · Websites · Nieuws · Vacatures · Gmail · Agenda · Drive · Search

GEKOPPELD

Claude · Gmail · Agenda · Drive · Sheets · Docs · LinkedIn · KvK · Instagram · Metricool · Canva · ElevenLabs · Search Console · Netlify · Discord

Niets gaat naar een klant tot jij ja zegt. NovAI zet klaar, jij beslist.

Wat elke afdeling voor retail doet

Per afdeling: wat er automatisch gebeurt, welke bron het gebruikt en wat jij nog zelf doet. Bronnen staan altijd bij de uitkomst, zodat je kunt nakijken waar iets vandaan komt.

AFDELING	WAT HET DOET	WAT JIJ DOET
1 **Onderzoek** vindt de bedrijven	Zoekt bedrijven die bij jouw assortiment passen, zoals horeca, kantoren, scholen en zorginstellingen, en zet per partij op een rij wat ze doen, hoe groot ze zijn en wat ze waarschijnlijk inkopen. Bron: KvK, websites, Google Maps, brancheverenigingen	Je kiest het werkgebied en de soort afnemers die je wilt.
2 **Beslissers** de juiste persoon	Zoekt per bedrijf wie inkoopt, zoals de inkoper, de facilitair manager, de eigenaar of de filiaalmanager, met de bron erbij. Bron: LinkedIn (alleen lezen), websites, nieuwsberichten	Je kijkt of het de juiste persoon is.
3 **Kansen** wie groeit er nu	Volgt nieuwe vestigingen, verbouwingen, nieuwe horecazaken, vacatures voor inkopers en bedrijven die uitbreiden, en zet de sterkste kans bovenaan. Bron: KvK, Overheid.nl, nieuws, vacatures	Je kiest welke kans je oppakt.
4 **Opvolging** mails die klaarstaan	Schrijft een eerste bericht met een haak uit hun eigen nieuws, en herinnert je als een prijsopgave of proefbestelling een week open staat, met concept erbij. Bron: Gmail, Google Docs, je CRM	Je leest, past aan en verstuurt zelf.
5 **Marketing** reels, stories en jouw merk	Maakt van productfoto's, nieuwe collecties en leveringen reels, stories, carrousels en LinkedIn-posts, in jouw stijl en met jouw stem. Bron: Productfoto's, Instagram, LinkedIn, Canva	Je keurt goed voordat iets online gaat.
6 **Bellen** je belblok gevuld	Zet een belblok in je agenda met de zakelijke afnemers die nu het warmst zijn, plus een openingszin en de reden om te bellen. Bron: Agenda, KvK, je CRM	Je belt.
7 **Kompas** houdt de koers	Houdt bij of je site gevonden wordt op je producten, wat er in het team speelt en wat alles kost. Bron: Search Console, webshop, Sheets	Je kijkt één keer per week naar de stand.

De vaste regel. NovAI verstuurt zelf niets. Elk bericht, elke post en elk belletje gaat via jou. LinkedIn wordt alleen gelezen, nooit geautomatiseerd. E-mailadressen worden niet geraden.

8 koopsignalen in retail

Dit zijn de momenten waarop een bedrijf in retail ontvankelijk is voor een gesprek. Afdeling Kansen houdt ze dagelijks bij. Je kunt ze vandaag ook zelf nalopen: kruis per signaal aan hoe goed je het nu volgt.

SIGNAAL	WAAR JE HET VINDT	WAT HET BETEKENT	VOLG JE HET?
Nieuwe vestiging of horecazaak aangekondigd	KvK, lokaal nieuws, Google Maps	Een nieuwe zaak zoekt direct leveranciers	○ ○ ○
Verbouwing of herinrichting van een filiaal	Omgevingsvergunning op Overheid.nl	Nieuwe inventaris en inkoop staan op de planning	○ ○ ○
Vacature inkoper of category manager	Vacaturesites, website	De inkoop wordt opnieuw ingericht	○ ○ ○
Nieuwe eigenaar overgenomen bedrijf	Nieuws, LinkedIn	Een nieuwe eigenaar kijkt opnieuw naar leveranciers	○ ○ ○
Nieuwe inschrijving in KvK in jouw branche	KvK Handelsregister	Een startende ondernemer heeft nog geen vaste leverancier	○ ○ ○
Webshop of nieuwe productlijn gelanceerd	Website van het bedrijf, nieuws	Het assortiment groeit en ze zoeken aanvulling	○ ○ ○
Aanbesteding voor facilitair of catering	TenderNed, gemeentesites	Scholen en zorginstellingen kopen gebundeld in	○ ○ ○
Klachten of lange levertijden bij huidige leverancier	Reviews, nieuws, branchefora	Ze staan open voor een snellere of betrouwbaardere partij	○ ○ ○

Zo lees je de rondjes. Eén rondje: ik zie het soms toevallig. Twee: ik kijk er af en toe naar. Drie: ik volg het elke week. Elk signaal met één rondje is een kans die nu nog naar een ander gaat.

JOUW EIGEN SIGNALEN

Welke momenten zie jij bij je eigen klanten terug? Schrijf er drie op die hier nog niet staan.

SIGNAAL	WAAR VIND JE HET	WELKE KLANT HAD DIT VORIG JAAR

Van signaal naar bericht. Noem het signaal in je eerste zin: wat je las en waar. Laat je bedrijfsnaam en aanbod weg. Sluit af met één open vraag over hun plan. Een voorbeeld staat op pagina 5.

Jouw eigen kaart

Vul per afdeling in hoeveel uur dit werk nu per week kost en wie het doet. Geef daarna met de rondjes aan hoe dringend het is. De laatste kolom is een fictief voorbeeld om je op weg te helpen.

AFDELING	UUR PER WEEK NU	WIE DOET HET NU	HOE DRINGEND	VOORBEELD FICTIEF
1 **Onderzoek**			○ ○ ○	4 u
2 **Beslissers**			○ ○ ○	2 u
3 **Kansen**			○ ○ ○	3 u
4 **Opvolging**			○ ○ ○	3 u
5 **Marketing**			○ ○ ○	2 u
6 **Bellen**			○ ○ ○	2 u
7 **Kompas**			○ ○ ○	1 u
Totaal				**17 u**

FICTIEF REKENVOORBEELD

Groothandel Voorbeeld, groothandel met 18 medewerkers, levert aan horeca en kantoren.

17 uur × 46 weken = 782 uur per jaar

Reken met je eigen uurtarief of loonkosten om te zien wat dit zoekwerk per jaar kost. Het voorbeeld is verzonnen, je eigen getallen tellen.

Jouw som

Uur per week _____

× 46 weken = _____ uur

× uurtarief € _____ = € _____

Waar begin je? Kies de afdeling met de meeste uren én drie rondjes. Dat is je eerste stap. De rest volgt als die werkt.

Vandaag zelf beginnen

Drie berichten zoals afdeling Opvolging en Bellen ze klaarzetten, en drie prompts om het eerste stuk vandaag zelf met Claude of ChatGPT te doen. Vervang alles tussen haken.

Eerste bericht

Hoi {voornaam},

ik zag dat jullie {nieuwe vestiging} in {plaats} openen. Gefeliciteerd, dat is een mooie stap. Wij leveren zelf aan zaken in de regio en kennen de drukte rond een opening.

Hoe pakken jullie de inkoop aan in de eerste maanden?

Nabellen na een offerte

Hoi {voornaam},

de prijsopgave voor {product of assortiment} staat nu een week bij jullie. Ik ben benieuwd hoe die is gevallen.

Zijn er punten waar jullie nog over twijfelen?

Openingszin aan de telefoon

Goedemiddag {voornaam}, met {jouw naam} van {jouw bedrijf}. Ik bel naar aanleiding van jullie nieuwe vestiging in {plaats}. Heeft u twee minuten, of past een ander moment beter?

PROMPTS OM TE KOPIËREN

Signalen zoeken

```
Je bent mijn onderzoeker voor retail. Zoek in [regio] tien organisaties die de komende twaalf maanden waarschijnlijk iets nodig hebben wat wij doen: [wat jullie doen]. Kijk naar deze signalen: nieuwe vestiging of horecazaak aangekondigd; verbouwing of herinrichting van een filiaal; vacature inkoper of category manager; nieuwe eigenaar overgenomen bedrijf. Geef per organisatie het signaal, de bron met link en de datum. Verzin niets: geen bron, dan niet opnemen.
```

Eerste bericht schrijven

```
Schrijf een eerste bericht aan [naam, functie] van [organisatie]. Haak: [het signaal uit de bron]. Schrijf als vakgenoot, niet als verkoper. Maximaal vijf zinnen, geen bedrijfsnaam of pitch, eindig met één open vraag. Geen gedachtestreepjes.
```

Content van je werk

```
Hier zijn foto's en drie zinnen over [project]. Maak een Instagram-reelscript van 20 seconden, een carrousel van 5 dia's en een LinkedIn-post. Open met het probleem van de klant, niet met ons. Gebruik geen cijfers die niet in mijn tekst staan.
```

Een week met de kaart

FICTIEF VOORBEELD Groothandel Voorbeeld, groothandel met 18 medewerkers, levert aan horeca en kantoren.

Maandag	Kansen zet een nieuwe horecazaak in de regio bovenaan. Onderzoek vult de zaak aan met het type keuken en de grootte.
Dinsdag	Beslissers vindt de eigenaar en de chef-inkoper, met bron. Opvolging zet een eerste bericht klaar met een haak uit het openingsnieuws. De eigenaar leest het, past één zin aan en verstuurt.
Woensdag	Marketing maakt van een nieuwe productlijn een reel en een LinkedIn-post. De accountmanager keurt ze goed.
Donderdag	Bellen vult het belblok met drie afnemers met een open prijsopgave, met de reden om nu te bellen.
Vrijdag	Kompas laat zien welke productpagina's goed gevonden worden en wat de week kostte.

DRIE VALKUILEN IN RETAIL

Alleen op prijs concurreren
Een zakelijke afnemer let ook op levertijd en betrouwbaarheid. Begin het gesprek bij hun situatie, niet bij je prijslijst.

Pas bellen als er een tender is
Bij scholen en zorginstellingen ligt de keuze dan al vast. De kans begint bij een verbouwing of wisseling van inkoper.

Het assortiment niet laten zien
Je producten verkopen zichzelf op beeld. Eén reel per nieuwe lijn is genoeg.

START IN 30 MINUTEN

1. Vul het werkblad op pagina 4 in (10 minuten).
2. Kies de afdeling met de meeste uren en drie rondjes.
3. Gebruik de prompt op pagina 5 voor één regio en één signaal (15 minuten).
4. Stuur één bericht met een haak uit de bron, en kijk wat er terugkomt.

Wil je deze kaart voor jouw eigen bedrijf zien?

Stuur me een DM met je bedrijfsnaam en regio. Dan maak ik een voorproef op maat, met echte kansen in jouw markt. Gratis en zonder verplichting.

usenovai.nl · @novai.nl