

Transcript Miriam

rol: Growth marketer in Hubspot

....

Mijn opdracht voor het afstuderen is dat ik eigenlijk een visualisatie ga maken van de propositie van Gradient.

Cool! Ik weet dat het Hubspot team dan in ieder geval echt heel graag wil.

Ja? Waarom zouden ze dat willen?

Omdat we hier natuurlijk pas net zijn begonnen. Of naja, Hubspot draait pas sinds juni. En ik ben er vrij recent bijgekomen, Karlon is er ook vrij recent bijgekomen, dus we hebben nog geen vaste structuur binnen het onboarden, de setup, het ongoing data analyse, proces backlog... Gewoon alles wat je nodig hebt voor een strategische visie, hoe je iemand gaat helpen, dat is er in theorie wel maar het wordt nog niet goed gebruikt omdat het nog in ontwikkeling is. En dat zou heel erg kunnen helpen bij het definiëren in welk stukje van de customer journey een klant zit. Weetje, of ie zit in de eerste opzet.

Ja, en tot nu toe doen jullie ook alleen dat bij het Hubspot team? Dus je haalt er geen mensen bij zoals User Research?

Ik heb wel een paar keer met Ieva geschakeld daarover, omdat ik vind, en gelukkig inmiddels de rest van het team ook, dat alles valt en staat bij de juiste persoon aanspreken. En dat gebruiken wij nu ook bij onze kick off, dan laten ze de AAARR funnel zien, en daar voor de AAARR funnel zit de Bilar(?) persona. En ik vind dat daar standaard een onderzoek naar moet worden gedaan, met zegmaar big data voor zover dat kan, en small data voor zover dat kan. En in de vorm waarin we dat nu doen, is vooral surveys uitsturen. En daar heeft Ieva mij destijds mee geholpen, of het allemaal 'inclusive' is, en alomvattend genoeg.

Okay, cool. Zou je in de eigen woorden kunnen beschrijven wat je precies doet binnen het team?

In mijn eigen woorden ben ik Hubspot Consultant, binnen de Growth strategie van MKB. En binnen de taakomschrijving ligt het eraan wat voor type klant ik heb, en daarin verschilt heel erg het MKB gedeelte (is het gemiddeld of klein). Voor kleinere klanten nemen we soms wel alles uit handen omdat hun marketingafdeling soms maar uit een persoon bestaat die er nog andere petten naast heeft. En in andere gevallen zijn we meer strategische consultant. En in technische gevallen zijn we meer technische consultant. En eigenlijk is het de bedoeling dat we voor elke klant dezelfde rol ongeveer moeten kunnen vervullen, omdat onze strengths heel breed zijn. Dat is mijn uitgebreide antwoord haha. Ik zou ook beter technisch consultant kunnen worden. Het is nu vooral allemaal strategie.

Ja volgens mij beschreef Rene een Growth Marketer als een duizendpoot.

Ja klopt.

Want je staat in Bamboe aangeschreven als Growth Marketeer in Hubspot, vind je dat die titel ook past bij de dingen die je in de praktijk doet?

Ja wel.

En waarom? Heb je het gevoel dat je ook passende werkzaamheden uitvoert?

Ja ik voer die werkzaamheden wel uit. En ja uiteindelijk zou ik ook wel meer dan alleen Hubspot willen, omdat Hubspot maar een tool is, en wij vervullen daar ook Google Analytics en SEO optimalisaties. Maar dat is onderdeel van het Growth Marketing gedeelte. Hubspot is dan de propositie waar mensen op binnenkomen, en de andere dingen zijn dan tools waarop mensen nog meer uren kunnen afnemen.

En je zei dat het Hubspot team een best wel grote behoefte heeft aan het vastleggen van de propositie, omdat er nog veel dingen onduidelijk zijn, zoals je had beschreven. Zijn er dan dingen die je weet van de gehele propositie van Gradient? Of de strategie van het bedrijf?

Jaa zeker. Het verschil is alleen dat het per klant verschilt in welke fase het zit en dan is het denk ik voor iedereen, niet alleen voor ons maar ook voor de klant, handig als zo'n fase echt afgerond is. En ja als propositie daarin, wij helpen klanten om onafhankelijk te zijn in hun eigen marketing. En daar zal op den duur zo min mogelijk Gradient bij betrokken worden. Alleen voor technische vraagstukken waarin ze zelf niet wegwijs kunnen worden, in de tool. Dus dat is de propositie eerste hulp. En daarna meer ongoing strategische sessie en updates waar mogelijk, maar de klant moet zo veel mogelijk zelf kunnen doen.

Heb je het idee dat de andere mensen binnen Gradient ook veel onduidelijkheid ervaren over de propositie van het bedrijf?

Ik denk dat er wel veel onduidelijkheid is ja. Ik denk veel interesse, maar ook veel onduidelijkheid. En Danny heeft natuurlijk al het een en ander laten zien, en Peter trekt mensen wel eens het Aquirio in om eens een update te geven. Maar ik denk dat eens een klassikale update wel goed zal doen. Waar die lightning talks voor zijn bedoeld. Dus dat zou vanuit ons initiatief moeten komen.

En wat zou je dan zou er dan verteld moeten worden in de lightning talk volgens jou?

Ik denk dat je dat in twee delen zouden kunnen splitsen. Eentje van het eigen proces wat wij gebruiken, omdat wij daarbij ook (?) bij gebruiken, en dat is niet iets Hubspot eigen. En dan is het tweede deel de tooling. Hoe Hubspot in elkaar zit, en dan dat aan technische mensen uitleggen in termen van tools die ze al kennen. Want er is een mail functie, en er staat MailChimp op. Zij gebruiken automation en er is een soort autopilot. Zeg maar, zo iets. Dus ook wat de voor en nadelen zijn van Hubspot in combinatie met andere tools.

Alright cool. En heb je zelf het gevoel dat je een goed overzicht hebt van wat de andere mensen binnen Gradient doen?

Hmm. Van het Growth Marketing team denk ik wel. Maar van het UX gedeelte ook wel, maar het Data gedeelte weet ik echt niet. Ik weet wel wat grote lijnen, maar ik ben ook wel benieuwd wat dat dan concreet is.

Hoe zou je dan geupdate willen worden van die teams?

Nou ja een of twee keer per week is misschien een beetje veel maar een of twee keer per maand is denk ik zat.

Cool, nou ik ben door het grootste deel van mijn vragen heen. Heb je zelf nog vragen voor mij?

Ja, kun je al enigszins een hypothese doen over de input die Joost in dit project gaat leveren?

Nee eigenlijk nog niet, ik heb een co-creation sessie geplant met Joost en Dirk voor volgende week.