



# Lead scoring

[H1 Kwalitatieve leads](#)

[H2 MSCH score](#)

[H3 Lead score](#)

[H4 Lead scoring](#)

[Element](#)

[Actie](#)

[Landingspagina elementen](#)

[H5 Scoreboards](#)

[Lead score scoreboard](#)

[MSCH score scoreboard](#)

## H1 Kwalitatieve leads

Kwalitatieve leads voor Brik zijn customer centric bedrijven en organisaties die de klant centraal stellen. Brik is op zoek naar potentiële klanten die bewust werken aan een geoptimaliseerde customer journey voor hun product/dienst. Het draait bij de oplevering van een website of digitale applicatie om kwaliteit waarin de klantbeleving op het gebied van UX en technische aspecten voor gebruikers optimaal zijn. Om te bepalen wanneer een kwalitatieve lead een kwalitatieve lead is zijn er twee scores vastgesteld.

## H2 MSCH score

Dit is de score die wordt behaald aan de hand van acties op de landingspagina's. Dit zijn acties zoals clicks, hovers, scrolling, pagina bezoeken en sessietijd. Deze acties worden gekoppeld aan scores waarin elke score past bij een een profiel (MSCH). Uiteindelijk komt de MSCH score er bijvoorbeeld zo uit te zien: M-profiel = 15 punten, S-profiel = 10 punten, C-profiel = 12 punten, H-profiel = 35 punten. Hieruit zou dus blijken dat de websitebezoeker een humanistische bezoeker is. De content op de landingspagina wordt dan dynamisch aangepast op basis van het profiel. Dit betekent dat de elementen zonder het herladen van de pagina veranderen in de vorm van de elementen die aansluiten bij het profiel gebaseerd op de score.

## H3 Lead score

De lead score is de score die wordt bijgehouden om te bepalen wat de kwaliteit is van de lead. Deze score wordt net als bij MSCH score bepaald aan de hand van dezelfde acties op de landingspagina. Bij de lead score is ook de informatie die wordt gegeven bij het contactformulier van belang zoals de functie titel en sector type.

De lead score wordt meegegeven bij het invullen van het contactformulier, aanmelden nieuwsbrief en downloaden whitepaper. Zodat hierop in de e-mail workflow en sales funnel verder op kan worden ingespeeld.

## H4 Lead scoring

**L** = Lead score

**M** = Methodische score

**S** = Spontane score

**C** = Competitieve score

**H** = Humanistische score

### Element

### Actie

#### Conversies

*Bedankt pop/up contact*

L +30, M +30, S +30, C +30, H +30

*Bedankt pop/up whitepaper*

L +30, M +30, S +30, C +30, H +30

*Bedankt pop/up aanmelden nieuwsbrief*

L +20, M +20, S -20, C -20, H +20

#### Sessie

*42 seconden op pagina*

L +5, M +5, S -5, C -5, H +5

*Iedere extra 10 seconden*

L +1, M +1, S -1, C -1, H +1

#### Contactformulieren:

*Sector binnen doelgroepprofiel*

<b>Contact opnemen</b>	L +5
<b>Downloaden whitepaper</b>	<i>Functie binnen doelgroepprofiel</i>
<b>Nieuwsbrief</b>	L +5
	<i>Sector buiten doelgroepprofiel</i>
	L -2
	<i>Functie buiten doelgroepprofiel</i>
	L -2

---

## Landingspagina elementen

<b>Menu</b>	<i>Klik cta contact opnemen</i>
	L +15, M -15, S +25, C +25, H -15
	<i>Hover cta contact opnemen</i>
	L +5, M -5, S +5, C +5, H -5
	<i>Klik knop navigatie</i>
	L +2, M +2, S -2, C -2, H +2
	<i>Hover knop navigatie</i>
	L +1, M +1, S -1, C -1, H +1

---

<b>Hero section</b>	<i>Klik "download whitepaper"</i>
	L +15, M -15, S +25, C +25, H -15
	<i>Hover "download whitepaper"</i>
	L +2, M -5, S +5, C +5, H -5
	<i>Klik "meer informatie"</i>
	L +5, M +5, S -5, C -5, H +5
	<i>Hover "meer informatie"</i>
	L +2, M +2, S -2, C -2, H +2
	<i>Klik nieuw</i>

	L +2, M -2, S +2, C +2, H -2
	<i>Hover nieuw</i>
	L +1, M -1, S +1, C +1, H -1
	<i>Hover afbeelding</i>
	L 0, M 0, S +1, C 0, H +1
<b>Features</b>	<i>Klik knop “meer features”</i>
	L +2, M +2, S -2, C -2, H +2
	<i>Hover knop “meer features”</i>
	L +1, M +1, S -1, C -1, H +1
	<i>Hover over feature afbeelding</i>
	L 0, M 0, S +1, C 0, H +1
<b>Logo cloud</b>	<i>Hover logo</i>
	L +1, M +1, S -1, C +1, H -1
	<i>Klik “meer informatie”</i>
	L +2, M +2, S -1, C -1, H +2
	<i>Hover “meer informatie”</i>
	L +1, M +1, S -1, C -1, H +1
<b>User cases</b>	<i>Klik “meer informatie”</i>
	L +2, M +2, S -2, C -2, H +2
	<i>Hover “meer informatie”</i>
	L +1, M +1, S -1, C -1, H +1
	<i>Hover afbeelding</i>
	L 0, M 0, S +1, C 0, H +1
	<i>Klik “meer projecten”</i>

	<p>L +2, M +2, S -2, C -2, H +2</p> <hr/> <p><i>Hover “meer projecten”</i></p> <p>L +1, M +1, S -1, C -1, H +1</p>
<b>Testimonials</b>	<p><i>Klik chevron (meer testimonials)</i></p> <p>L +2, M +2, S -2, C +2, H +2</p> <hr/> <p><i>Hover chevron (meer testimonials)</i></p> <p>L +1, M +1, S -1, C +1, H +1</p> <hr/> <p><i>Hover bedrijfslogo</i></p> <p>L +1, M +1, S -1, C +1, H -1</p> <hr/> <p><i>Hover profielafbeelding</i></p> <p>L 0, M -1, S +1, C -1, H +1</p>
<b>Teamoverview</b>	<p><i>Klik knop “volledig teamoverzicht”</i></p> <p>L +2, M +2, S -2, C -2, H +2</p> <hr/> <p><i>Hover knop “volledig teamoverzicht”</i></p> <p>L +1, M +1, S -1, C -1, H +1</p> <hr/> <p><i>Afbeelding hover teamlid</i></p> <p>L 0, M -1, S +1, C -1, H +1</p>
<b>Download whitepaper CTA</b>	<p><i>Klik “download whitepaper”</i></p> <p>L +15, M +5, S -5, C -5, H +5</p> <hr/> <p><i>Hover “download whitepaper”</i></p> <p>L +2, M +2, S -2, C -2, H +2</p> <hr/> <p><i>Hover afbeelding whitepaper</i></p> <p>L +1, M -1, S +1, C -1, H +1</p>

## Aanmelden nieuwsbrief

*Klik knop aanmelden nieuwsbrief*

L +15, M +10, S -5, C -5, H +10

---

*Hover knop aanmelden nieuwsbrief*

L +5, M +5, S -2, C -2, H +5

---

## FAQ

*Vraag openen*

L +2, M +2, S -2, C -2, H +2

---

*Hover over chevron*

L +1, M +1, S -1, C -1, H +1

---

## CTA

*Klik "contact opnemen"*

L +15, M +10, S -5, C -5, H +10

---

*Hover "contact opnemen"*

L +5, M +5, S -2, C -2, H +5

---

*Hover afbeelding*

L 0, M 0, S +1, C 0, H +1

---

## Footer

*Klik social media*

L +4, M +4, S -4, C -4, H +4

---

*Hover social media*

L +2, M +2, S -2, C -2, H +2

---

*Klik privacy/service*

L +2, M +2, S -2, C -2, H +2

---

*Hover privacy/service*

L +1, M +1, S -1, C -1, H +1

---

## H5 Scoreboards

Als elke actie één keer wordt uitgevoerd:

**Lead score** = +210

**M score** = +159

**S score** = +128

**C score** = +130

**H score** = +154

### Lead score scoreboard

In totaal zijn er voor lead scoring 210 punten te halen mochten alle acties één keer worden uitgevoerd. Hoe hoger de score van de lead, hoe hoger de waarde van de lead. Waardoor dus kan worden bepaald welke lead het meest waard is om tijd aan te besteden. Het scorebord is onderverdeeld in drie segmentaties met de daarbij horende acties. Er is onderscheidt gemaakt tussen hete, warme en koude leads.

#### Koude leads:

Koude leads hebben een waarde van tussen de 20 - 50. De drempel ligt op 20 aangezien dit het minimum aantal lead punten is dat gescoord kan worden bij het voltooien van een conversie. Deze leads krijgen de standaard lead nurturing waardoor ze in de marketing automation flow vallen van e-mail. In het geval dat de lead score door de e-mail marketing hoger wordt kan het ontwikkelen naar een warme lead.

#### Warme leads:

Leads die een waarde hebben van tussen de 51 -104 punten zijn warme leads. Zij vallen tussen de hete leads en koude leads in. Deze leads hebben genoeg acties uitgevoerd op de landingspagina dat door de sales afdeling deze leads in de gaten gehouden worden en eventueel al telefonisch contact opgenomen wordt mocht de score hoger uitvallen dan 104.

#### Hot leads:

Leads die een waarde hebben van boven de 105 punten zijn hete leads. Zij hebben de helft van het mogelijke puntenaantal. Deze leads hebben zoveel acties uitgevoerd op de landingspagina dat er door de sales afdeling meteen moet worden ingesprongen op deze leads. Naast de standaard lead nurturing wordt er ook al telefonisch contact opgenomen.

	Punten	Actie
Lead score	105+	Hot leads Doorsturen naar sales
	51-104	Warm leads General Nurturing + Sales check
	20-50	Cold leads General Nurturing

## MSCH score scoreboard

Per profiel is er een scorebord. Logischerwijs hoe hoger de score binnen een bepaald profiel, hoe meer de landingspagina bezoeker binnen een bepaald profiel past en de vorm van de content wordt aangepast. De verschillende segmentaties van de score aantallen geeft aan hoe eenvoudiger een bezoeker qua content nog kan wisselen

	Methodsich	Spontaan	Competitief	Humanistisch
MSCH score	100+	100+	100+	100+
	81-100	81-100	81-100	81-100
	61-80	61-80	61-80	61-80
	41-60	41-60	41-60	41-60
	20-40	20-40	20-40	20-40