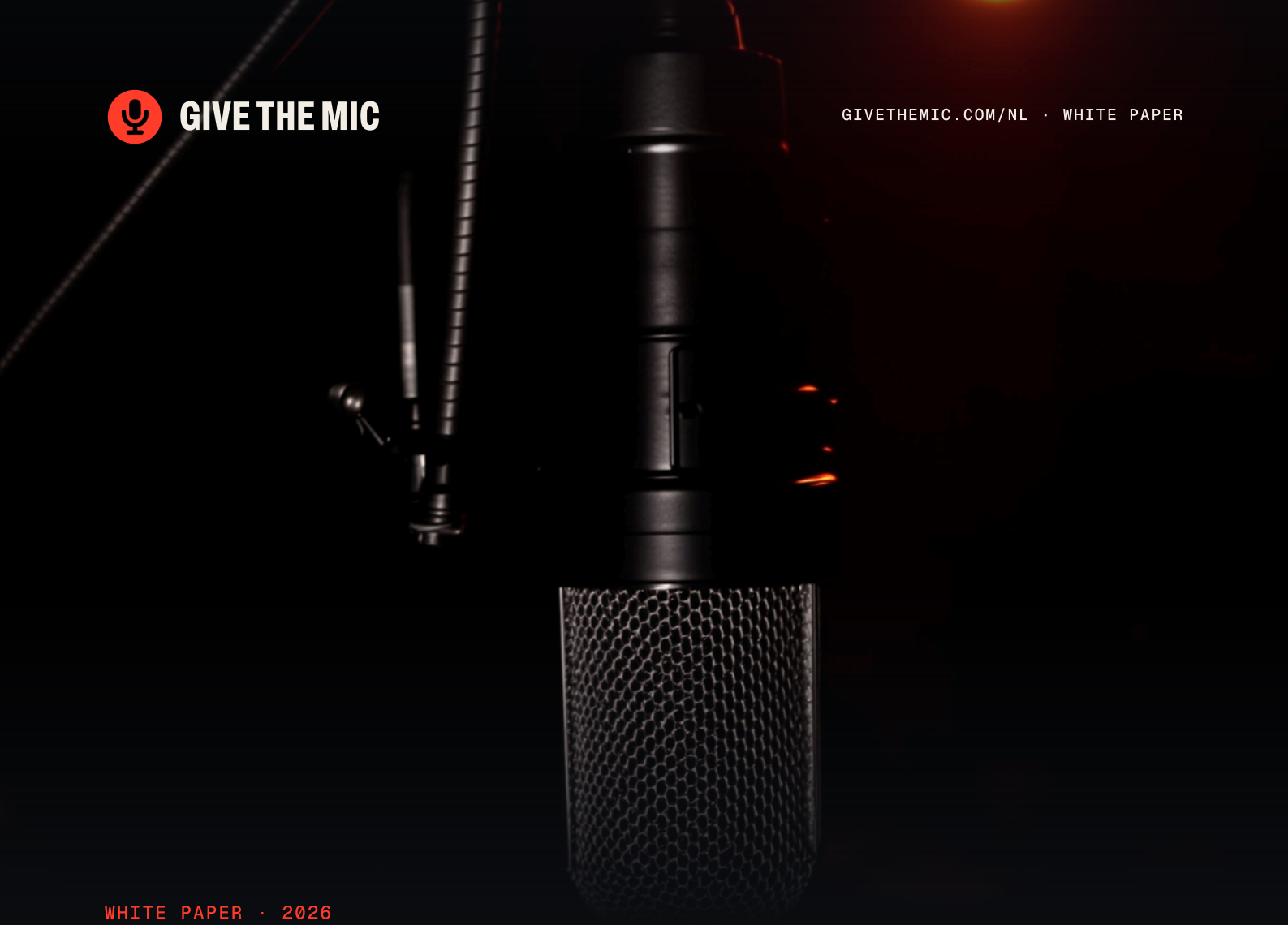


WHITE PAPER · 2026

Geef je prospects de mic.

Hoe een B2B-podcast je in gesprek brengt met de kopers die nooit opnemen als je belt. Met de cijfers van 62 hotels.

01 Waarom je beste prospects niet opnemen

02 Eerst geven, dan vragen

03 Voor wie het loont

04 62 hotels, 28 klanten

05 Zo begin je

06 De opname

07 Het opvolgen

08 Wat tegenviel

09 Rondetafels en de podcast van de branche



01

Waarom je beste prospects niet opnemen.

Koud bellen, koude mail en advertenties vragen allemaal eerst. Hoe beter de prospect, hoe minder hij antwoordt.

01 · HET PROBLEEM

Iedereen vraagt eerst. Niemand antwoordt.

Hoteleigenaren horen bij de drukste kopers die er zijn. Elke week bellen en mailen tientallen softwarebedrijven ze, of sturen ze een bericht, en bijna alles blijft onbeantwoord.

Arjan Eikelenboom, co-founder van guestjourney.ai, software voor hotels, merkte dat zelf. Hij belde en mailde de hotels die hij als klant wilde. Niemand nam op, en niemand schreef terug.

Dat is geen hotelprobleem. Elk B2B-bedrijf dat in één branche verkoopt, loopt tegen dezelfde muur. Koud bellen, koude mail en advertenties vragen allemaal iets voordat ze iets geven: tijd, aandacht, een afspraak. Hoe beter de prospect, hoe vaker hem dat gevraagd is, en hoe kleiner de kans dat hij ja zegt.

WAT IEDEREEN PROBEERT

- Koud bellen
- Koude mail
- Advertenties
- Een connectieverzoek met een pitch erachter

WAT ZE ALLEMAAL EERST VRAGEN

- Je tijd
- Je aandacht
- Een afspraak over ons

Toen vroeg guestjourney.ai niet meer om een afspraak, maar bood het een podium.

Niemand nam op als we belden. Bijna iedereen zei ja op de uitnodiging.

GUESTJOURNEY.AI, DAT HOTELS UITNODIGDE VOOR FUTURE OF HOSPITALITY

Wat er veranderde

01 **Dezelfde hotels**

02 **Hetzelfde bedrijf erachter**

03 **Een andere eerste vraag**

In plaats van "mogen we je onze software laten zien" was het eerste bericht "we willen je graag in onze podcast, om over je werk te praten". Op die vraag zegt een drukke eigenaar graag ja.

02 · HET IDEE

Eerst geven, dan vragen.



Sales werkt meestal andersom. Je vraagt eerst, geef me dertig minuten, en geeft later: een demo, een offerte, iets nuttigs. Een uitnodiging voor je podcast geeft eerst. Je biedt een podium, een gesprek over hun werk en een aflevering die ze kunnen delen. Pas later, als het past, vraag je iets terug.

Zo sla je twee vliegen in één klap. In hetzelfde uur bouw je een relatie op met precies de persoon die je wilt bereiken, en maak je marketingcontent: een aflevering, clips en quotes over de problemen van je kopers, verteld door een van hen.

Dan deelt de gast hem. Zijn netwerk ziet het, van iemand die ze vertrouwen, over een probleem en wat hij weet, niet over jou. Dat bouwt vertrouwen op dat je met geen advertentie koopt.

WAT JIJ KRIJGT

- Een uur met een prospect die geen salesgesprek zou aannemen
- Content waar je kopers naar willen kijken
- Bereik via het netwerk van de gast
- Een reden om contact te houden

WAT JE GAST KRIJGT

- Een podium om over zijn werk te praten
- De hele aflevering en eigen clips
- Iets om met zijn netwerk te delen
- Geen pitch

03 · VOOR WIE HET LOONT

Het loont als een klant het waard is.

Dit is voor een founder of sales director van een B2B-bedrijf dat in één branche verkoopt en kan noemen welke klanten het wil. Het is niet voor elk bedrijf. Een aflevering kost tijd en geld, dus het loont als één klant genoeg waard is.

DE REKENSOM, BIJ DE VERHOUDING VAN GUESTJOURNEY.AI

One show en Lead engine, tot vier gasten per maand	$698 per maand
Klanten uit vier gasten, bij 28 op elke 62	ongeveer 1,8 per maand
Wat één klant kost	**ongeveer $390**

Lanceringsprijzen. 28 van 62 is wat guestjourney.ai zag in de hospitality, geen belofte voor jouw markt.

Een deal moet dus $500 of meer waard zijn. Daaronder loont het niet; een verkoop van $20 nooit. En tel de hele klant: een klant van $500 per jaar die drie jaar blijft, is $1.500 waard. Ook als het alleen quitte speelt, houd je de content, en een klant die je zo binnenhaalt, brengt nieuwe klanten mee.

HET PAST ALS

- Je B2B verkoopt, in één branche
- Een klant $500 of meer waard is
- Je de bedrijven en functies kunt noemen die je wilt
- Je tot vier gesprekken per maand kunt hosten



04

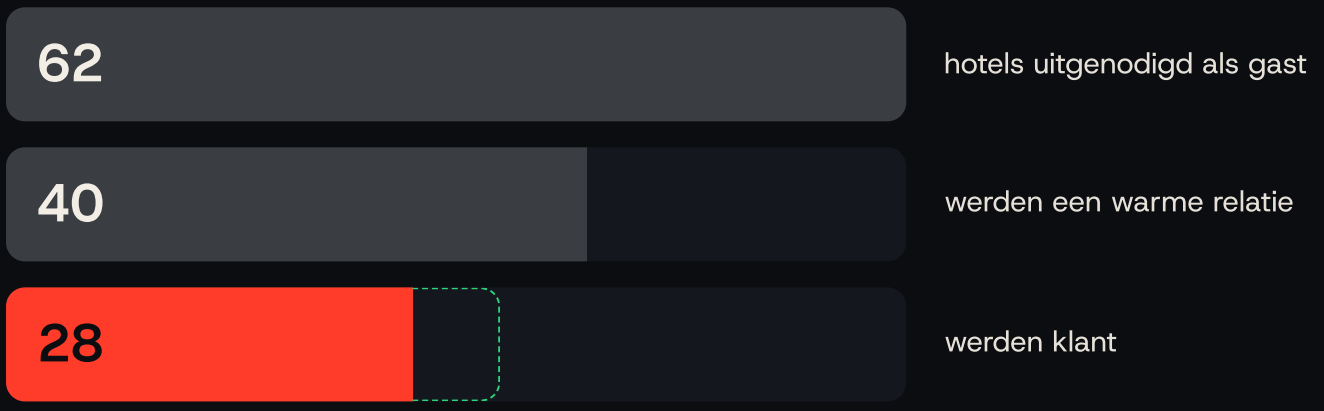
62 hotels, 28 klanten.

Wat het opleverde toen guestjourney.ai de hotels uitnodigde die het als klant wilde.

04 · HET BEWIJS

Van uitnodiging tot klant.

guestjourney.ai begon Future of Hospitality, een videopodcast voor de hotelbranche, en nodigde de hotels uit die het als klant wilde. Dit kwam er op termijn uit de 62 hotels die het uitnodigde.



+6 kochten zelf niet, maar verwezen een klant door die dat wel deed

En de rest?

Sommige gasten zouden nooit kopen. Die kwamen voor de show: een bekende naam tilt de podcast op en maakt het volgende ja makkelijker. Sommigen gingen naar een ander hotel en werden daar klant. Een paar hadden gewoon geen interesse. De aflevering was nog steeds marketing, en de relatie bleef. Je weet nooit wat er over een half jaar speelt.

CIJFERS: GUESTJOURNEY.AI, NOVEMBER 2026.

04 · DE SHOW ERACHTER

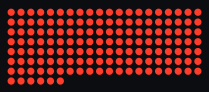
Future of Hospitality, sinds 2025.

Niet elke aflevering werd gehost door guestjourney.ai. De show heeft nu tien hosts, en met elke gast ontstond een relatie, wie er ook hostte. Het publiek groeide mee.



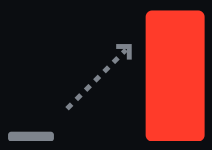
131 afleveringen

en het worden er meer



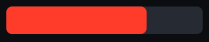
146 gasten

general managers, eigenaren, asset managers, revenue leaders



2.544 volgers

op LinkedIn, vanaf 0



712 volgers

op Spotify

CIJFERS: FUTURE OF HOSPITALITY, NOVEMBER 2026.

05 · ZO BEGIN JE

Begin met iemand die je kent.

Je begint niet met je droomprospect. Je begint waar een ja makkelijk is, leert het format kennen, en nodigt daarna de mensen uit die je echt wilt.

1 **Neem je eerste aflevering op met een klant** — JE NETWERK

Of met iemand die je kent. Je leert het format met iemand die je al mag, en je hebt een aflevering om de volgende gast te laten zien.

2 **Nodig een paar mensen uit je netwerk uit** — JE NETWERK

Oud-collega's, partners, mensen die je op events sprak. Twee of drie afleveringen maken de show echt.

3 **Schrijf je ideale klantprofiel op** — JE LIJST

Functies, bedrijven, markten. Wie wil je aan tafel, en naar wie luisteren zij?

4 **Nodig de rest uit vanaf die lijst** — LEAD ENGINE, OF JIJ

Wij doen het voor je met Lead engine, op jouw naam. Of je doet het zelf: de uitnodiging, de briefing en de toestemming staan in onze gratis Gastenkit.

5 **Kies het juiste kanaal** — ELKE UITNODIGING

LinkedIn en je eigen netwerk in Nederland, Duitsland en de rest van de EU. Per mail in de VS en het VK, met je postadres en een manier om af te melden.



BOOKER · GASTEN-AGENT

Met Lead engine nodigt Booker de mensen op jouw lijst uit, op jouw naam, vanaf je eigen domein. Jij keurt de lijst en elk bericht eerst goed.

06 · DE OPNAME

Bedenk de vraag waar je op terugkomt.

Het opvolgen begint tijdens de opname. Bedenk voordat je gaat zitten waar je het een week of twee later over wilt hebben, en stel een vraag die daarheen leidt.

Verkoop je revenue-software, vraag dan hoe de gast prijzen zet op een druk weekend. Verkoop je aan HR, vraag dan wat het kost als een manager vertrekt. Het antwoord vertelt je of er een match is, en het geeft je een natuurlijke reden om terug te komen: "Je noemde dit. Daar zijn wij precies mee bezig. Mag ik je iets laten zien?"

Spreek voor de opname af hoe je werkt. Vertel de gast wat er met de opname gebeurt, dat hij eigen clips en een mediakit krijgt, en stel één vraag: deel je hem, ja of nee? De meeste mensen zeggen ja, en dan hebben ze het besloten voordat de aflevering bestaat.

VRAAG VOOR DE OPNAME

- Deel je de aflevering op LinkedIn, ja of nee?
- Moet je bedrijf de aflevering nakijken voordat hij live gaat?
- Welke collega's of klanten van je moeten hem zien?



COACH · COACHING-AGENT

Coach schrijft per gast één voorbereiding: wie het is, waarom die gast telt voor je luisteraars, en de vragen die het stellen waard zijn.

07 · NA DE OPNAME

Wacht op het hoogtepunt.

Pitch niet de dag erna. Laat eerst zien dat je gaf zonder er iets voor terug te willen.

DEZELFDE DAG
Bedank de gast
Een kort, persoonlijk bedankje. Verder niets.

AFLEVERING LIVE
Stuur de mediakit
De aflevering, de clips, een quotekaart en een post die de gast kan kopiëren.

DE GAST POST
Het hoogtepunt
Zijn netwerk reageert, en jij ook: liken, reageren, delen.

MINSTENS EEN WEEK LATER
Zacht opvolgen
Een gesprek, geen demo. Bouw voort op de vraag die je voorbereidde.

DAARNA
Houd contact
Heb je de gast op WhatsApp, dan werkt een kort berichtje beter dan nog een afspraak.

EEN OPVOLGING OM TE KOPIËREN

Hoi [voornaam],

Nogmaals bedankt voor de aflevering. De clip over [onderwerp] doet het goed.

Je noemde [wat de gast zei dat past bij wat jij doet]. Toevallig werken wij aan [wat jij doet], precies daarvoor. Mag ik het eens aan je voorleggen? Twintig minuten, en ik wil je mening horen, niet je iets verkopen.

[je naam]



KIT · MEDIAKIT-AGENT

Kit maakt voor elke gast de mediakit: de hele aflevering, eigen clips, een quotekaart en een post om te kopiëren.

08 · WAT TEGENVIEL

Wat we leerden
met vallen en opstaan.

01

Verzetten kost werk

Drukke gasten schuiven. Elke wijziging is weer een rondje berichten.

OPLOSSING Eén link om te boeken, een herinnering voor de opname, en zegt iemand af, dezelfde dag een kort bericht met een nieuwe link.

02

Sommige gasten willen niet posten

De aflevering is mooi, en hij blijft op jouw kanalen.

OPLOSSING Vraag voor de opname: deel je hem, ja of nee? De meesten zeggen ja, en dan hebben ze het al besloten.

03

Grotere bedrijven willen nakijken

Halverwege beseft een gast dat hij dit misschien niet mag zeggen zonder akkoord.

OPLOSSING Vraag vooraf of communicatie de aflevering moet nakijken, en spreek het af in de toestemming.

04

Niet elke gast koopt

Sommigen nooit.

OPLOSSING Tel het toch mee. De content is marketing, een grote naam tilt de show op, en mensen wisselen van baan.

0 gasten die niet kwamen opdagen



09

Rondetafels, en de podcast van de branche.

Wat daarna komt, als de show loopt.

09 · WAT DAARNA KOMT

Eén tafel, drie relaties.

Begin hier niet. Loopt de show en heb je een paar één-op-één-gesprekken gedaan, nodig dan meerdere mensen tegelijk uit. guestjourney.ai hield rondetafels met twee prospects en een partner waarmee het wilde samenwerken, zoals een softwarebedrijf: drie relaties in één opname.

Ga daarna een stap verder. Geef de podcast een eigen naam en een eigen site, in plaats van die van je bedrijf. Dan wordt het de podcast van de branche, niet jouw saleskanaal, en willen andere hosts, sprekers en partners meedoen. Jij weet nog steeds wie hem maakt, en waar de gesprekken naartoe leiden.

Dat gebeurde met Future of Hospitality. guestjourney.ai begon hem, en nu heeft hij tien hosts, van revenue managers tot een docent van een hotelschool. Hij voelt onafhankelijk, en meer gasten zeggen ja.

EEN RONDETAFEL

- Twee of drie prospects
- Eén partner waarmee je wilt samenwerken
- Eén opname, drie relaties

DE PODCAST VAN DE BRANCHE

- Een eigen naam en site
- Meer hosts en partners
- Gasten zeggen vaker ja

Begin één-op-één. De tafel, en de podcast van de branche, komen later.

HET DRAAIBOEK OP ÉÉN PAGINA

Geef je prospects de mic.

VOORAF

- [ ] Eerste aflevering met een klant
- [ ] Schrijf je ideale klantprofiel op
- [ ] Nodig uit op jouw naam, via het juiste kanaal
- [ ] Stuur de briefing en de toestemming
- [ ] Vraag: deel je hem, ja of nee?
- [ ] Vraag: moet hij nagekeken worden?
- [ ] Bedenk de vraag waar je op terugkomt

TIJDENS

- [ ] Over hun werk, niet over jouw product
- [ ] Eén beslissing tegelijk
- [ ] Stel je voorbereide vraag
- [ ] Vraag door als ze iets concreets noemen

DAARNA

- [ ] Bedank dezelfde dag
- [ ] Stuur de mediakit als hij live staat
- [ ] Reageer als de gast post
- [ ] Wacht minstens een week
- [ ] Vraag om een gesprek, geen demo
- [ ] Houd contact, op WhatsApp als het kan



Je volgende gast kan je volgende klant zijn.

Met Lead engine nodigen wij de mensen op jouw lijst uit, op jouw naam, en begeleiden we elke gast van ja tot bedankt. $299 per maand bovenop One show, voor tot vier gasten per maand. Of begin met je volgende aflevering, gratis gemaakt.

givethemic.com/nl/b2b-podcast →