

TEMPLATE

ICP Template

Bouw een scherp Ideal Customer Profile op basis van bewijs, situatie en signalen.

Waarom een ICP?

Een Ideal Customer Profile (ICP) beschrijft het type organisatie waar jullie de meeste waarde leveren en de meeste waarde uit halen. Het is geen persona: het gaat over de organisatie, niet over de persoon. Een scherpe ICP maakt keuzes makkelijker — in campagnes, in accountselectie en in de vraag welke deal je juist níet moet willen.

Stap 1 — Bewijs uit je eigen data

Begin niet bij een aanname, maar bij je tien beste klanten van de afgelopen twee jaar. Beste = combinatie van marge, doorlooptijd, retentie en referentiewaarde.

Klant	Sector	Omvang	Waarom een goede klant?
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Stap 2 — Firmografische kenmerken

Vul in	Jouw antwoord
Sector(en)	
Omzetklasse	
Aantal medewerkers	
Land / regio	
Organisatiestructuur (centraal / decentraal)	
Groeifase	

Stap 3 — Situationele kenmerken

Dit onderscheidt een goede ICP van een generieke doelgroepomschrijving: de situatie waarin de organisatie zich bevindt.

Vul in	Jouw antwoord
Welk probleem is urgent geworden?	
Welke gebeurtenis maakt de urgentie zichtbaar?	
Welke oplossing gebruiken ze nu?	
Wie voelt de pijn het eerst?	
Wat gebeurt er als ze niets doen?	

Stap 4 — De DMU in kaart

Rol	Belang	Grootste zorg	Waar zoekt deze rol informatie?
Economic buyer			
Eindgebruiker			
Technisch / IT			
Inkoop			
Blokkeerder			
AI-assistent (schaduw-DMU)			

Stap 5 — Signalen die kwalificeren

Vertaal je ICP naar signalen die je in data kunt terugvinden. Zonder signalen blijft een ICP een document; met signalen wordt het een werklijst.

Signaal	Bron	Wat het betekent	Actie
Vacature voor rol X			
Herhaalbezoek prijspagina			
Nieuwe leidinggevende			
Tooling-wisseling			
Groei / investering			

Stap 6 — Disqualifiers

Even belangrijk: wanneer zeg je nee? Noteer minimaal drie kenmerken die maken dat een organisatie géén goede klant is.

Vul in	Jouw antwoord
Disqualifier 1	
Disqualifier 2	
Disqualifier 3	

Stap 7 — De ICP in één zin

Formuleer je ICP zo dat marketing én sales hem in een gesprek kunnen gebruiken:

“Wij helpen [type organisatie] in [sector/regio] die [situatie/urgentie] ervaren, en waar [rol] verantwoordelijk is voor [resultaat].”

Vul in	Jouw antwoord
Onze ICP in één zin	
Getest met sales op (datum)	
Herijken op (datum)	

Checklist voor je ICP

- Onderbouwd met minimaal 10 bestaande klanten, niet met aannames.
- Bevat situationele kenmerken, niet alleen firmografie.
- Elk kenmerk is terug te vinden in een databron of signaal.
- Marketing en sales gebruiken dezelfde formulering.
- Er staan minimaal drie disqualifiers in.
- Er staat een herijkingsdatum in de agenda.