

CHECKLIST

Inrichting van de HubSpot Forecasting Tool

Van gedeelde dealdata naar een forecast waar je op stuurt

MG MARKETING GUYS

Over deze checklist

Deze checklist helpt je de Forecasting Tool in HubSpot in te richten en er een wekelijks ritme omheen te bouwen. Loop de vier delen in volgorde langs en vink af wat klaar is.

Wat je nodig hebt: Sales Hub of Service Hub, Professional of Enterprise, een toegewezen Sales- of Service-seat en forecastingrechten. Controleer in je eigen portal wat voor jouw abonnement geldt.

Bron en datum: De HubSpot-functies in deze checklist zijn gecontroleerd tegen de HubSpot Knowledge Base op 3 november 2026. HubSpot past menu's en namen regelmatig aan. Zoek bij twijfel op de naam van de instelling in de kennisbank.

De vier delen

01
Zet je dealdata op orde
Zorg dat je dealdata klopt voordat je gaat forecasten.

02
Stel de Forecasting Tool in
Richt de Forecasting Tool en forecastcategorieën in. Dit deel vraagt een Super Admin.

03
Bouw een wekelijks ritme
Maak forecasting onderdeel van een vast wekelijks overleg.

04
Meet en stuur bij
Bekijk maandelijks de nauwkeurigheid en stuur waar nodig bij.

Goed om te onthouden
Deel 1 en 4 kan iedereen doen. Deel 2 vraagt een Super Admin.

Zet je dealdata op orde

Deel 1

Een forecast is zo goed als de deals waar hij op rekent. Vink af wat al klopt.

- [ ] **Eigen pijplijn per verkoopproces:** New business, verlengingen en upsell staan niet in dezelfde pijplijn.
- [ ] **Duidelijke dealfases:** Elke dealfase heeft een omschrijving en een uitstapcriterium: wat moet waar zijn voordat een deal naar de volgende fase mag?
- [ ] **Bedrag ingevuld:** Bij elke open deal is een bedrag ingevuld.
- [ ] **Actuele sluitdatum:** Bij elke open deal staat een sluitdatum die nog in de toekomst ligt.
- [ ] **Eigenaar & volgende stap:** Elke open deal heeft een eigenaar en een volgende stap.
- [ ] **Deals direct afsluiten:** Gesloten deals worden direct op gewonnen of verloren gezet.

De vijfminutencheck

Filter in je dealindex op open deals en tel:

Controle	Aantal
Open deals met een sluitdatum in het verleden	
Open deals zonder bedrag	
Open deals zonder volgende stap	
Open deals zonder eigenaar	



Goed om te onthouden
Elk getal boven nul is een gat in je forecast. Los deze op voordat je verdergaat.

Stel de Forecasting Tool in

Deel 2 **SUPER ADMIN**

Ga in HubSpot naar **Instellingen → Objecten → Forecasting**.

- [ ] **Forecast-dealbedrag gekozen:** Kies voor gewogen bedrag, standaard het dealbedrag maal de kans op afsluiten, of totaalbedrag
- [ ] **Forecastperiode gekozen:** Kies maandelijks of per kwartaal, voor alle pijplijnen. Wijzig je dit later, dan worden alle doelen en forecast-inzendingen van alle pijplijnen gereset.
- [ ] **Statusindicator voor forecast-inzendingen aangezet:** Standaard staat deze op acht dagen, met een maximum van 31 dagen. Jullie termijn: ____ dagen.
- [ ] **Forecastcategorieën gekoppeld aan dealfases:** Koppel per pijplijn de forecastcategorieën aan de juiste dealfases. Na opslaan deelt HubSpot bestaande en nieuwe deals in op basis van hun fase.
- [ ] **Automatisering forecastcategorieën ingesteld:** Kies ja of nee. Bij ja maakt HubSpot een workflow aan die de categorie bij iedere faseverandering bijwerkt.
- [ ] **Rechten en seats toegewezen:** Leg vast wie de forecast mag bekijken en wijzigen en wie een Sales- of Service-seat nodig heeft voor het aanmaken van doelen.
- [ ] **Doelen aangemaakt:** Ga naar Sales → Forecasting → Doel aanmaken en kies het sjabloon forecastbare omzet. De duur van het doel moet overeenkomen met de forecastperiode.

Koppeltabel dealfase, kans en forecastcategorie

Vul per pijplijn vast welke dealfase bij welke kans, forecastcategorie en uitstapcriterium hoort.
De volledige koppeltabel vind je op de volgende pagina.

De forecastcategorieën zijn:

Niet meegenomen in de forecast, Pijplijn, Best case, Vastgelegd, Gesloten en gewonnen.

Pijplijn: _____

Dealfase	Kans	Forecastcategorie	Uitstapcriterium

Goed om te onthouden
Leg samen met sales vast wat er in elke categorie hoort, bijvoorbeeld op basis van fase en wat er al is afgesproken. Een categorie is pas een afspraak als iedereen er hetzelfde onder verstaat.

Bouw een wekelijks ritme

Deel 3

Agenda forecastoverleg, 30 minuten.

01 **Terugblik (5 minuten)**
Wat sloot er vorige week en hoe verhoudt dat zich tot de forecast-inzending?

02 **Gap en pijplijndekking (5 minuten)**
Doel, gesloten gewonnen omzet, gap en open pijplijn. Is er genoeg pijplijn om de gap te dichten? Zo niet, wat vragen we aan marketing?

03 **Deals per categorie (10 minuten)**
Begin bij Vastgelegd, daarna Best case. Per deal: wat moet er gebeuren, wie doet het en wanneer? Vul de volgende stap in via de drill-down.

04 **Deals die niet kloppen (5 minuten)**
Sluitdatum in het verleden, geen bedrag, geen volgende stap. Direct oplossen of uit de pijplijn halen.

05 **Inzending en afspraken (5 minuten)**
Dien de forecast in met een korte notitie en leg vast wie wat oppakt.

Jullie inzendingsrooster

Wat	Afspraak
Wie dient in?	
Op welke dag en tijd?	
Herinnering ingesteld door Super Admin?	Ja / nee
Wie leidt het overleg?	

Bouw een wekelijks ritme

Deel 4 **MAANDELIJKS**

- [ ] **Nauwkeurigheid bekeken:** Open de geschiedenis van de forecast-inzending, kies pijplijn en periode en bekijk de nauwkeurigheid. De geschiedenis gaat tot een jaar terug.
- [ ] **Kans per fase herijkt:** Vergelijk met de gewonnen en verloren deals van de afgelopen periode.
- [ ] **Dealfases en categorieën nagelopen:** Klopt de indeling nog met hoe jullie verkopen?
- [ ] **Optioneel: AI-projecties bekeken:** Dit is een betafunctie die je account eerst moet aanmelden en die een Super Admin aanzet. Gebruik hem als tweede perspectief, niet als vervanger van je teamforecast.

Nauwkeurigheid per periode

HubSpot berekent nauwkeurigheid als:

1 min (afwijking tussen werkelijk en forecast, gedeeld door werkelijk), met 0 als ondergrens.

Periode	Gemiddelde inzending	Gesloten gewonnen	Nauwkeurigheid

Vragen om bij stil te staan

- Zitten we structureel te hoog of te laag?
- In welke fase lekt onze pijplijn?
- Welke deals schuiven elke periode door naar de volgende?

Samen aan de slag?

Je hebt nu de basis in handen om de HubSpot Forecasting Tool in te richten en ermee te sturen.

Met goede dealdata, een ingerichte Forecasting Tool en een vast forecastritme heb je de basis gelegd. Blijf de nauwkeurigheid volgen en gebruik de inzichten om je pijplijn en werkwijze verder aan te scherpen.

Op woensdag 18 november nemen we pipeline en forecasting live door tijdens onze Lunch & Learn Marketing Hub & Sales Hub. De sessie is van 12:00 tot 14:00 uur in Amersfoort, inclusief lunch.

Meld je aan voor de Lunch & Learn

Hulp nodig? Neem contact op

MG MARKETING GUYS