

Revenue Operations Checklist

25 checks voor grip op je commerciële keten

MG MARKETING GUYS

Over deze checklist

Een commerciële strategie valt of staat met de uitvoering op de werkvloer. Wanneer marketing, sales en customer success niet goed op elkaar aansluiten, lekt er ongemerkt omzet weg bij overdrachten. Data raakt vervuild, leads blijven liggen en de voorspelbaarheid van de omzet neemt af.

Deze RevOps-checklist helpt je de huidige staat van je commerciële infrastructuur te beoordelen. De lijst bevat 25 kritische randvoorwaarden, verdeeld over vijf categorieën: strategie, procesinrichting, CRM en tech stack, data en rapportages en beheer.

Hoe je deze checklist gebruikt

01

Samen doorlopen

Bespreek de punten met de verantwoordelijken voor Marketing, Sales, Service en IT/CRM.

02

Vink af wat staat

Markeer wat al is ingericht en actief wordt gebruikt.

03

Breng de gaten in kaart

Markeer wat ontbreekt, onvolledig is of nog handmatig gebeurt.

De openstaande punten vormen het vertrekpunt voor je prioriteiten en de roadmap om de commerciële keten te verbeteren.

Goed om te onthouden

Deze checklist geeft de status van je infrastructuur weer op basis van je eigen waarneming. Wil je exact weten waar verborgen omzetlekken zitten en hoe je organisatie scoort ten opzichte van de markt? Laat je score dan valideren met de **RevOps Maturity Scan**.

Strategie, definities & doelgroep

Categorie 1/5

- [ ] 

Data-definities
De criteria voor Lead, MQL, SQL en Opportunity zijn vastgelegd en technisch geborgd in het CRM.

- [ ] 

ICP-filters
De eigenschappen van het ideale klantprofiel, zoals branche, omzet en omvang, zijn als verplichte velden ingericht op contact- en accountniveau.

- [ ] 

Opvolg-SLA
De maximale opvolgtijd voor een MQL staat vast en is gekoppeld aan automatische notificaties voor Sales.

- [ ] 

Feedback-verplichting
Bij het afwijzen of verliezen van een lead moet de verliesreden verplicht worden ingevuld (Stage Gate).

Procesinrichting & overdrachten

Categorie 2/5

- [ ] 

Automatische lead-toewijzing
MQL's worden via CRM-workflows direct toegewezen aan de juiste accountmanager of SDR.

- [ ] 

Pijplijn-voorwaarden
Dealfases hebben verplichte kwalificatiecriteria voordat een deal kan opschuiven.

- [ ] 

Overdracht sales → CS
Het sluiten van een deal (Closed Won) triggert automatisch een onboarding-dossier of -workflow voor Klantbeheer.

- [ ] 

Signalering retentie & uitbreiding
Er staan automatische triggers ingesteld voor contractverlengingen, upsell-kansen of opzeggingsrisico's.

CRM, tech stack & datahygiëne

Categorie 3/5

- [ ] 

Één centrale database
Marketing, sales en CS werken in dezelfde CRM-omgeving (zoals HubSpot).

- [ ] 

Geen handmatige datastromen
Formulieren, e-mailverkeer en overdrachten stromen zonder Excel-exports door het systeem.

- [ ] 

Rechten & beheer
Systeemrechten voor het aanmaken van velden, pipelines en workflows zijn afgeschermd en liggen bij de beheerder (RevOps).

- [ ] 

Opschoning
Automatische ontdubbelen van contacten/bedrijven staat actief en verouderde data wordt periodiek geschoond.

- [ ] 

Systeemkoppelingen
Het CRM wisselt data uit met secundaire software (zoals de boekhoud- of facturatieomgeving).

- [ ] 

Data governance & veiligheid
Op basis van rollen en rechten wordt gegevens inzien of exporteren per medewerker bepaald.

Data, rapportages, marketing attributie & finance

Categorie 4/5

- [ ] 

Centraal MT-dashboard
Er is één standaard CRM-dashboard waar het management naar kijkt.

- [ ] 

Keten-KPI's
Kengetallen voor doorlooptijd (Pipeline Velocity), klantwaarde (LTV:CAC) en omzetbehoud (Net Revenue Retention) zijn bepaald en ingericht.

- [ ] 

Omzetprognose
Er is een vaste forecasting-methodiek in de CRM-pijplijn geborgd.

- [ ] 

Klantgezondheid
Een Health Score op basis van gebruiksdata, tevredenheid of supporttickets is inzichtelijk in het klantdossier.

- [ ] 

Attributie-inzich
In het CRM is inzichtelijk welke specifieke marketing-touchpoints (content, campagnes, kanalen) bijdragen aan omzet.

- [ ] 

Contract- & Churnregistratie
Ingaande en aflopende contracten, inclusief redenen voor opzegging of downgrades, worden gestructureerd vastgelegd in het CRM.

Beheer, documentatie & adoptie

Categorie 5/5

- [ ] 

Eigenaarschap
Er is één vaste functioneel beheerder/RevOps-verantwoordelijke aangewezen.

- [ ] 

Veldtoelichtingen & Instructies
Hulpteksten en korte instructieworkflows zijn direct in de interface van het CRM beschikbaar.

- [ ] 

Documentatie
Processen, veldefinities en workflows zijn centraal gedocumenteerd en toegankelijk voor het team.

- [ ] 

Onboarding-programma
Nieuwe commerciële medewerkers krijgen een vaste CRM- en datatraining bij binnenkomst.

Wat is de volgende stap?

Van inzicht naar actie met de Revenue Operations Gids

Met deze checklist heb je de belangrijkste onderdelen van jouw commerciële organisatie doorgelopen. Je weet nu beter waar processen goed verlopen en waar nog ruimte is voor verbetering.

Maar hoe pak je die verbeterpunten concreet aan?

In de Revenue Operations Gids ontdek je hoe je marketing, sales en customer success beter laat samenwerken. Van het stroomlijnen van processen tot het slim inzetten van data, technologie en automatisering.

Wat leer je in deze gids?

01 Hoe je commerciële afdelingen op één lijn brengt.
02 Hoe je overdrachten verbetert en omzetverlies voorkomt.
03 Hoe je CRM, data en automatisering slimmer inzet.
04 Hoe je met een 30-60-90 dagen actieplan aan de slag gaat.

Download de gids →

MG MARKETING GUYS