

B2B leadgeneratie: fundament-checklist

De basis die op orde moet zijn vóórdat een kanaal leads oplevert.

Dit is het fundament: is je techniek, meting en basis op orde? Niet de inhoudelijke strategie — dat is een aparte stap. Loop de punten langs en vink af wat al staat.

Bedrijf:

Datum:

1. Website & techniek

- HTTPS/SSL actief op de hele site
- Site werkt goed en snel op mobiel
- Laadtijd is acceptabel (geen trage pagina's)
- robots.txt blokkeert geen belangrijke pagina's
- XML-sitemap aanwezig en ingediend in Google Search Console
- Elke pagina heeft een eigen meta title en meta description
- Canonical tags correct ingesteld (geen dubbele content)
- Geen ongewenste 'noindex' op je belangrijke pagina's
- Google Search Console gekoppeld en zonder kritieke fouten
- Basis structured data aanwezig (Organization / LocalBusiness)

2. Meten (anders weet je niks)

- Analytics (GA4) geïnstalleerd en meet verkeer
- Conversietracking staat aan: formulieren én telefoonklikken
- Bevestigings- of bedankpagina per conversie (nodig om te meten)
- Cookie-/consentbanner conform AVG

3. Vindbaarheid & profielen

- Google Business Profile geclaimd, geverifieerd en compleet
- Diensten toegevoegd met een concrete omschrijving in klanttaal
- LinkedIn-profiel of bedrijfspagina is compleet en actueel
- Retargeting-/Insight-tag geplaatst als je (later) wilt adverteren

4. Contact & opvolging

- Contactgegevens goed vindbaar (telefoon, e-mail, formulier)
- Formulieren getest: aanvragen komen daadwerkelijk binnen

Vaste plek om leads bij te houden (CRM of simpel systeem)

Iemand is verantwoordelijk voor snelle opvolging

5. Juridisch & e-mail (AVG + Nederlandse regels)

Privacyverklaring aanwezig en makkelijk vindbaar

Heldere opt-in bij het verzamelen van persoonsgegevens

Alleen gegevens verzamelen die je echt nodig hebt

Cold e-mail alleen naar zakelijke ontvangers (rechtspersonen); consumenten en zzp'ers/eenmanszaken vereisen toestemming

Elke commerciële e-mail: duidelijke afzender + werkende afmeldmogelijkheid