

HubSpot Health Checklist

Een strategische evaluatie voor B2B SaaS & IT-teams (10–100 FTE)

HubSpot is de motor van je groei, maar groeit de funding mee met je ambities? Deze checklist helpt je systematisch evalueren of je huidige HubSpot-structuur schaalbaar is met je organisatie, of dat je tegen de grenzen aanloopt van je huidige inrichting.

Hoe te gebruiken:

- Doorloop elke sectie en beantwoord de vragen eerlijk (ja/nee/gedeeltelijk)
- Tel per sectie je 'ja' antwoorden op voor je score
- Noteer bij twijfel concrete voorbeelden of situaties
- Gebruik de interpretatie aan het einde om prioriteiten te bepalen
- Plan vervolgstapen op basis van je laagst scorende secties

Score interpretatie per sectie:

8-10 punten	Stevig fundament – minimale actie nodig
5-7 punten	Er lekt, maar te repareren – plan optimalisaties in
0-4 punten	Fundamentele problemen – dit vraagt prioriteit

1. Datamodel & Architectuur

Is je data-structuur schaalbaar voor toekomstige groei?

- Meer dan 70% van je lifecycle stage properties is consistent ingevuld
- Je hebt maximaal 50 actieve custom properties (rest is gearchiveerd)
- Elke kernproperty (ICP-fit, lifecycle, branche, bedrijfsgrootte) heeft een eigenaar
- Sales en marketing gebruiken dezelfde definities voor MQL, SQL en Opportunity
- Je kunt binnen 5 minuten een betrouwbaar segment maken voor een nieuwe campagne
- Er zijn duidelijke regels voor wanneer nieuwe properties worden aangemaakt
- Duplicate properties zijn opgeruimd (geen 3 verschillende 'branche' velden)
- Je datamodel ondersteunt multi-touch attribution en pipeline rapportage
- Custom objects (indien gebruikt) hebben heldere relaties met contacts en deals
- Je hebt recent (< 6 maanden) een property-audit gedaan en opgeschoond

Score sectie 1: _____ / 10

2. Lijsthygiëne & Segmentatie

Zijn je segmenten effectief en onderhouden?

- Je hebt minder dan 40 active lists (meer betekent vaak list explosion)
- Elke lijst heeft een duidelijke eigenaar en gebruiksdoel
- Lijsten zijn gebaseerd op stabiele criteria (ICP, lifecycle) niet op gedrag (clicks, opens)
- Er is een naming convention voor lijsten die iedereen volgt
- Inactive contacts worden structureel geïdentificeerd en opgeschoond
- Je gebruikt suppression lists om overlap tussen campagnes te voorkomen
- Verouderde lijsten (>90 dagen ongebruikt) worden regelmatig gearchiveerd
- Er is een proces voor GDPR-compliant data opschoning
- Segmentatie-criteria zijn gedocumenteerd zodat nieuwe teamleden het snappen
- Je kunt binnen 10 minuten uitleggen welke kernsegmenten je hebt en waarom

Score sectie 2: _____ / 10

3. Workflow Automatisering

Zijn je workflows efficiënt, onderhoudbaar en effectief?

- Je hebt minder dan 15 actieve workflows (meer betekent vaak overlap)
- Elke workflow heeft een duidelijk doel en eigenaar
- Er is error-handling ingebouwd (wat als iemand niet reageert? wat bij bounces?)
- Workflows hebben duidelijke uitstroom-criteria om dubbele opvolging te voorkomen
- Complex processen (onboarding, nurturing) zijn opgedeeld in beheersbare sub-flows
- Je gebruikt if/then branches voor personalisatie binnen flows
- Workflows worden minimaal 1x per kwartaal geëvalueerd op performance
- Er is documentatie over welke workflows van elkaar afhankelijk zijn
- Nieuwe teamleden kunnen binnen 30 minuten begrijpen welke flows er zijn
- Je weet van elke actieve workflow wat de conversion rate is (naar volgende stage)

Score sectie 3: _____ / 10

4. Content & Campagne Structuur

Is je content georganiseerd voor schaalbaarheid?

- Je hebt een consistente naming convention voor campaigns, emails en landing pages
- Assets zijn georganiseerd in een logische mappenstructuur per thema/buyer journey
- UTM-parameters volgen een vast schema (source, medium, campaign)
- Je gebruikt HubSpot's Campaigns-object om multi-channel initiatieven te tracken
- Verouderde templates en content worden regelmatig opgeschoond
- Er is alignment tussen campagne-doelen en HubSpot reporting
- Je kunt binnen 5 minuten de ROI van je laatste campagne laten zien
- Email templates zijn geoptimaliseerd voor verschillende segmenten
- Landing pages hebben duidelijke conversion goals en worden getest
- Content performance wordt minimaal maandelijks geëvalueerd en bijgestuurd

Score sectie 4: _____ / 10

5. Lead Management & Handoff

Is er alignment tussen marketing en sales?

- MQL, SQL en Opportunity definities zijn gedocumenteerd en door beide teams geaccepteerd
- Sales acceptance rate van SQL's is >60% (anders is kwalificatie te laks)
- Er is een disqualify proces binnen 48 uur met verplichte lost reason
- Lead scoring heeft twee componenten: fit-score en intent-score (apart gemeten)
- Sales kan binnen 30 seconden zien waarom iemand SQL is (transparantie)
- Er is een wekelijkse feedback loop van sales naar marketing over leadkwaliteit
- Lead routing is geautomatiseerd en transparant (wie krijgt welke leads)
- Re-nurture flows vangen disqualified leads op (niet in de prullenbak)
- Er zijn SLA's tussen marketing en sales (responsstijd op SQL's)
- Lifecycle stage progressie wordt maandelijks gereviewd door beide teams

Score sectie 5: _____ / 10

6. Rapportage & Inzichten

Bieden je dashboards strategische inzichten?

- Je kunt binnen 5 minuten laten zien welke campagnes deals hebben beïnvloed
- Er is een single source of truth voor cruciale KPI's (CAC, LTV, conversieratio's)
- Dashboards tonen marketing's bijdrage aan pipeline en revenue (niet alleen leads)
- Attribution model is gedocumenteerd en begrepen door stakeholders
- Je track zowel first-touch als multi-touch attribution
- Rapportages focussen op strategische metrics, niet op vanity metrics (opens, clicks)
- Er zijn wekelijkse/maandelijkse rapportage-rituelen met vaste stakeholders
- Data is betrouwbaar genoeg dat directie beslissingen neemt op basis ervan
- Je kunt trend-analyses maken (deze maand vs vorige, dit kwartaal vs vorig jaar)
- Anomalieën in data worden snel gedetecteerd en onderzocht

Score sectie 6: _____ / 10

Je Totaalscore & Interpretatie

Tel al je sectie-scores op voor je totaalscore:

Sectie	Score	Prioriteit
1. Datamodel & Architectuur	_____ / 10	
2. Lijsthygiëne & Segmentatie	_____ / 10	
3. Workflow Automatisering	_____ / 10	
4. Content & Campagne Structuur	_____ / 10	
5. Lead Management & Handoff	_____ / 10	
6. Rapportage & Inzichten	_____ / 10	
TOTAAL	_____ / 60	

Interpretatie totaalscore:

48-60 punten	Stevig fundament – je HubSpot schaaft goed mee. Focus op continue verbetering.
30-47 punten	Gemengd beeld – sommige gebieden lekken. Plan gerichte optimalisaties binnen 3 maanden.
0-29 punten	Fundamentele problemen – je structuur houdt groei tegen. Dit vraagt prioriteit en mogelijk externe expertise.

Aanbevolen vervolgstappen:

- Identificeer je laagst scorende sectie – dit is waar je het meeste impact kunt maken
- Prioriteer op basis van urgentie én haalbaarheid – quick wins vs strategische projecten
- Maak een 90-dagen actieplan – wat ga je aanpakken, wie is verantwoordelijk, wat is succes?
- Betrek stakeholders – vooral bij lead management en rapportage is cross-functionele alignment cruciaal
- Overweeg externe expertise – bij scores <30 of complexe migraties kan een HubSpot consultant weken/maanden besparen

Wil je weten wat jouw score betekent voor jouw specifieke situatie?

Plan een Gratis HubSpot Consult (30-60 minuten). We duiken dieper in je laagst scorende secties, identificeren quick wins en schetsen een realistisch optimalisatiepad.

Plan je Health Scan → <https://meetings.hubspot.com/jeroen-fiene>

North Star Marketing

HubSpot audits & structurele optimalisatie voor groeiende B2B-teams

www.northstarmarketing.nl