

PLAYBOOK

Revenue Operations Playbook

Stroomlijn data, processen en tooling rond één bron van waarheid — in 90 dagen.

Wat RevOps oplost

Revenue Operations brengt data, processen en tooling van marketing, sales en customer success onder één ritme. Het doel is niet meer dashboards, maar minder discussie: iedereen kijkt naar hetzelfde getal en weet wat de volgende stap is.

Stap 1 — Eén bron van waarheid kiezen

Vul in	Jouw antwoord
Leidend systeem bij tegenstrijdige cijfers	
Eigenaar van dat systeem	
Systemen die eraan koppelen	
Wat gebeurt er bij afwijking?	
Wie mag definities wijzigen?	

Stap 2 — Datamodel opruimen

Objecten	Verplichte velden	Wie vult ze	Wanneer	Controle
Account				
Contact				
Deal / opportunity				
Activiteit				
Verliesreden				

Regel

Elk verplicht veld heeft een doel: het voedt een beslissing of een rapport. Kun je dat doel niet benoemen, dan verwijder je het veld. Verplichte velden zonder doel zijn de belangrijkste oorzaak van vervuilde CRM-data.

Stap 3 — Funnel en fases

Fase	Exit-criterium (objectief)	Verwachte conversie	Gem. doorlooptijd
Lead			
Gekwalificeerd			
Behoeft bevestigd			
Voorstel			
Onderhandeling			
Gewonnen			

Stap 4 — Het rapportageritme

Ritme	Wat bekijk je	Wie	Besluit dat eruit komt
Weekelijks	Pipeline-beweging en blokkades	Marketing + sales	Waar helpen we deze week
Maandelijks	Conversies per fase en bron	Commercieel team	Waar investeren we meer
Kwartaal	Forecast-nauwkeurigheid en dataquality	MT	Wat veranderen we structureel

Stap 5 — Tooling-audit

Tool	Doel	Gebruikers	Kosten/jaar	Overlap met	Houden?

Stap 6 — Forecast die klopt

- Baseer de forecast op exit-criteria per fase, niet op onderbuik per accountmanager.
- Vergelijk elk kwartaal voorspelling met realisatie en benoem de afwijking per fase.
- Onderscheid commit, best case en pipeline — met een vaste definitie per categorie.
- Laat AI patronen zoeken in verloren deals, maar laat mensen de conclusie trekken.
- Rapporteer altijd één getal met één eigenaar.

90-dagen implementatieplan

Periode	Focus	Resultaat
Dag 1-15	Definities en leidend systeem vastleggen	Eén gedeeld begrippenkader
Dag 16-40	Datamodel opruimen en velden schrappen	Werkbaar CRM

Periode	Focus	Resultaat
Dag 41-65	Funnelfases en exit-criteria invoeren	Betrouwbare pipeline
Dag 66-90	Rapportageritme en forecast starten	Besluiten op cijfers