

SCOPE OF WORK

The Ecom Agency - Board Audit & Scope of Work

Opdrachtgever Auke de Geus, The Ecom Agency

Uitgevoerd door Spryntr (Lorenzo Garufi)

Datum 8 april 2026

Versie 1.0

Gebaseerd op Gesprek 7 april 2026 + geautomatiseerde board audit 8 april 2026

Inhoudsopgave

01 Deel 1: Board Audit

02 Deel 2: Scope of Work

03 Leveringsvolgorde

04 Terugkerende kosten (indicatie)

05 Open onderzoeksvragen

06 Volgende stappen

Deel 1: Board Audit

We hebben jullie Monday.com-omgeving volledig gescand via de API (read-only - er is niks aangepast). Hieronder de bevindingen.

Jullie omgeving in cijfers

- 8 workspaces, 33 boards, 7.778 items totaal
 - 11 actieve webhooks (Zapier)
 - 73 groepen dubbele items gedetecteerd
-

De 4 hoofdboards

- **1 Leads** - 3.004 items, 22 kolommen, 14 groepen
- **2 Onboarding & projects** - 115 items, 26 kolommen, 14 groepen
- **3 Clients** - 295 items, 30 kolommen, 6 groepen
- **Action zone** - 458 items, 13 kolommen, 18 groepen
- Daarnaast: boards per klant (Happykido, LEBO, WCT Belgium, Instantpack), vragenlijst-boards, templates, en een ongebruikte CRM-module

Bevinding 1: Dubbele leads vanuit meerdere bronnen

- Leads worden op meerdere plekken dubbel aangemaakt. Het probleem zit niet in een enkele bron - het gebeurt bij elke automatische import zonder deduplicatie
- In het Leads board (3.004 items) hebben we 8 groepen dubbele leads gevonden:
- Klaviyo e-mail clicked: 5 groepen dubbel (o.a. Kril de Groot 2x, Dwight 2x, Otiume 2x)
- Cold email replied: 2 groepen dubbel (Lina Roots 3x, Coral Beachwear 2x)
- No fit: 1 groep dubbel (urbandbracelets.nl 2x)
- Het merendeel komt van de Klaviyo-integratie. Bij meerdere clicks wordt telkens een nieuw item aangemaakt i.p.v. het bestaande bij te werken
- Happykido Leads (126 items): 15 groepen dubbel. Dezelfde leads komen via B2B en Instagram binnen. "Snuggles & Dreams" staat er 9 keer, "The Sleep Agency" 4 keer
- Clients board (295 items): 5 klanten staan dubbel in de Canceled-groep

Bevinding 2: Kolomtypes kloppen niet

- Op meerdere boards staan gegevens in het verkeerde kolomtype, waardoor Monday ze niet goed kan verwerken, filteren of valideren
- Telefoonnummer staat als tekstveld i.p.v. telefoon-kolom (Leads, Onboarding, Clients)
- E-mailadres staat als lang tekstveld i.p.v. e-mail-kolom (Clients)
- Adspend en ROAS staan als tekstveld i.p.v. getalveld (Clients) - hierdoor zijn geen berekeningen mogelijk
- Blauwdruk en Dashboard URL staan als tekstveld i.p.v. link-kolom (Clients) - niet klikbaar
- Impact: geen telefoon-integratie, geen klikbare links, geen berekeningen op financiële data

Bevinding 3: Action zone structuur

- De Action zone heeft 18 groepen - een per teamlid
- Stefan staat er twee keer en "Eshter" is een typo (Esther)
- Bij elke personeelwisseling moeten groepen handmatig worden aangemaakt of gearchiveerd
- Het board wordt steeds langer en onoverzichtelijker

Bevinding 4: Clients board - 30 kolommen

Het Clients board heeft 30 kolommen. Sommige zijn verouderd of overlappen:

- "Canceled" en "Gestopt" zijn twee groepen voor hetzelfde
- Er is een naamloze groep ("Nieuwe groep")

- Kolommen als "CSS Partner" en "Labelizer script" worden waarschijnlijk niet meer actief gebruikt
-

Bevinding 5: Zapier webhooks - dubbele triggers

- We hebben 11 actieve webhooks gevonden verspreid over 3 boards
 - Clients board: 8 webhooks, waarvan 3 op dezelfde kolom - waarschijnlijk dubbel
 - Ai outreach Vragenlijst: 2 webhooks, allebei dezelfde trigger (create_item)
 - Leads board: 1 webhook (lead verplaatst naar andere groep)
 - Meerdere webhooks luisteren naar exact dezelfde kolom. Dit duidt erop dat er Zaps kapot zijn gegaan en opnieuw zijn aangemaakt zonder de oude te verwijderen
 - Zapier-toegang nodig om exact te bepalen welke Zaps werken en welke niet
-

Bevinding 6: Lege boards en dubbele workspaces

- 8+ boards met 0 items (LEBO, WCT Belgium, template subitem-boards)
 - WCT Belgium en Instantpack hebben allebei een dubbele workspace
 - De CRM-module (Deals, Accounts, Contacten) wordt niet gebruikt
-

Wat gaat goed

- Pipeline-structuur in Leads is logisch opgebouwd
 - Onboarding workflow heeft duidelijke stappen van intake tot LIVE
 - Tevredenheidskolom in Clients is goed opgezet
 - Board relations tussen Leads en Onboarding zijn aanwezig
 - Vragenlijst-boards vangen formulier-antwoorden netjes op
-

Overzicht bevindingen

- **Hoog:** Dubbele leads vanuit meerdere bronnen (Klaviyo, cold email, Instagram)
- **Hoog:** Verkeerde kolomtypes (telefoon, email, getallen, links)
- **Hoog:** Zapier dubbele triggers opruimen (na Zapier access)
- **Medium:** Action zone herstructureren (18 groepen per persoon)
- **Medium:** Clients board opschonen (30 kolommen, dubbele groepen)
- **Laag:** Lege boards en dubbele workspaces archiveren

Deel 2: Scope of Work

3-4 WEKEN

Afhankelijk van: Fase 1

Van handmatig sheets vullen naar automatische rapportages en slimme ad-optimalisatie.

Op basis van ons gesprek van 7 april en de audit hierboven, is dit wat we gaan opleveren. Het werk is opgedeeld in vier fases. Elke fase levert direct waarde op en kan los worden afgesloten.

Fase 1: Monday.com CRM Foundation

1.1 Board Audit + Optimalisatie

- ~~Volledige audit van alle boards, kolommen, groepen en bestaande automations~~ (afgerond - zie Deel 1)
- Kolomtypes corrigeren (telefoon, email, getallen, links)
- Lege boards archiveren en dubbele workspaces opruimen
- Action zone herstructureren: van groepen-per-persoon naar views-per-persoon
- Clients board opschonen: ongebruikte kolommen verbergen, dubbele groepen samenvoegen

1.2 Lead Deduplication (alle bronnen)

- Momenteel worden leads dubbel aangemaakt vanuit meerdere bronnen: Klaviyo (5 groepen dubbel), cold email replies (2 groepen dubbel), en handmatige imports. Bij Happykido Leads is het probleem het ergst (15 groepen dubbel, sommige leads tot 9x)
- Na oplevering: bij elke nieuwe lead wordt eerst gecheckt of die al in Monday staat. Zo ja: status wordt bijgewerkt. Zo nee: nieuw item wordt aangemaakt
- Dit geldt voor alle inkomende bronnen: cold email, Klaviyo, Instagram, ads en handmatige invoer
- Geen dubbele leads meer in het CRM

1.3 Speed to Lead Meting

- Wanneer een lead op "Bellen" wordt gezet: tijdstip wordt automatisch vastgelegd
- Wanneer de lead daadwerkelijk gebeld is: tweede tijdstip wordt vastgelegd
- Het verschil (speed to lead) wordt berekend en opgeslagen - klaar voor dashboard
- Inclusief first contact timer

1.4 Kapotte Zapier-integraties Fixen

- Audit toont 11 webhooks waarvan meerdere dubbel op dezelfde kolom. Na Zapier-toegang brengen we in kaart:
- Welke Zaps actief zijn en correct werken
- Welke Zaps kapot zijn en opnieuw gebouwd moeten worden
- Welke dubbele webhooks opgeruimd moeten worden
- De volgende automations worden (opnieuw) gebouwd in Zapier:
- Tevredenheidsonderzoek
- Goals tracking
- Lage ROAS melding
- Klantontevredenheid melding
- Exacte scope wordt bepaald na de Zapier-audit

Optioneel: Lead Scoring

- Automatische score per lead op basis van: email engagement, bedrijfsgrootte, tech stack (bijv. Klaviyo gedetecteerd), activiteit
- Score wordt opgeslagen in Monday zodat het team altijd de heetste leads eerst belt

Fase 2: Communicatie Automation

2.1 Reactivatie-knop (WhatsApp + Email)

- Met een knop of statuswijziging in Monday wordt automatisch een WhatsApp-bericht en email verstuurd naar een oude lead:
- *"We hadden eerder contact. Is dit nog relevant voor je?"*
- WhatsApp wordt verstuurd via het persoonlijke nummer (niet via Business account)
- Status in Monday wordt bijgewerkt naar "Reactivatie Verstuurd"

Opmerking WhatsApp: Voor het versturen via een persoonlijk nummer gebruiken we een tool als Wassenger of Whapi. Dit is Auke's voorkeur. Een alternatief is Timelines AI. Hier heb ik veel ervaring mee en is ook gemakkelijk in gebruik en uitgebreid in functionaliteit.

2.2 CRM Sync (Email + WhatsApp naar Monday)

- Belangrijke emails worden automatisch als update geplaatst bij de juiste lead in Monday
- WhatsApp-berichten worden op dezelfde manier gesynchroniseerd
- Matching gebeurt op email-adres of telefoonnummer

2.3 tl;dv Automatische Koppeling

- Wanneer een call-opname klaar is in tl;dv:
- De opname-link wordt automatisch in de tl;dv-kolom geplaatst bij de juiste klant
- De AI-gegenereerde notities worden als update geplaatst
- Matching op basis van deelnemer-emailadres

Let op: tl;dv API is momenteel in alpha-fase. We testen de webhook-integratie vooraf en bouwen een fallback als de API niet stabiel genoeg is.

Optioneel: Automatische Meeting Prep

- 30 minuten voor elke Calendly-afspraak ontvangt het team een briefing met lead-geschiedenis, website-samenvatting en eerdere communicatie

Optioneel: SLA Monitoring

- Dashboard met gemiddelde tijd tot eerste contact, tijd tot offerte, en follow-up tijd
- Automatische alerts als een lead te lang blijft liggen

Fase 3: Facturatie & Offerte Automation

3.1 PlugnPay Factuurstatus Synchronisatie

- Factuur verzonden vanuit PlugnPay -> Monday-item status wordt automatisch "WC" (wacht op betaling)
- Factuur betaald in PlugnPay -> Monday-item status wordt automatisch "Betaald"
- Geen handmatig bijwerken meer van factuurstatussen

3.2 Automatisch Contact Aanmaken in Offerte

- Zodra er een call wordt ingepland: systeem checkt of het contact al bestaat in Offerte
- Zo nee: contact wordt automatisch aangemaakt met gegevens uit Monday

3.3 Offerte-knop

- Met een knop in Monday wordt automatisch een vooringevulde offerte aangemaakt in Offerte
- Gegevens worden overgenomen uit het Monday-item
- De Offerte-link wordt teruggeplaatst in Monday

Optioneel: Quote-to-Close Analytics

- Inzicht in aantal offertes, totale waarde, conversieratio, gemiddelde doorlooptijd

Fase 4: Meta Ads Analytics & Conversion Tracking

4.1 Geautomatiseerde Wekelijkse Rapportage

- Het huidige proces (handmatig data ophalen uit Ads Manager + Calendly + andere bronnen en invullen in Google Sheets) wordt volledig geautomatiseerd
- Wekelijks wordt automatisch opgehaald:
- **Meta Ads:** spend, clicks, impressies, conversies, ROAS - per campaign, ad set en ad
- **Calendly:** geplande calls, no-shows, voltooide gesprekken
- **Monday.com:** pipeline-status (leads per fase)
- Resultaat wordt automatisch ingevuld in Google Sheets, als HTML-rapport per email verstuurd, of weergegeven in een custom dashboard dat altijd de juiste cijfers laat zien

4.2 Meta Conversion API (CAPI)

- Conversiedata wordt teruggestuurd naar Meta zodat het advertentie-algoritme beter kan optimaliseren:
- Lead belt -> "Lead" event naar Meta
- Offerte verstuurd -> "SubmitApplication" event
- Klant geworden -> "Purchase" event inclusief omzetwaarde
- Dit verbetert de targeting en verlaagt de cost per acquisition over tijd

4.3 Custom Analytics Dashboard

- Visueel dashboard met alle data gecombineerd:
- **KPI's:** ad spend, kosten per lead, kosten per call, kosten per klant, ROAS, pipeline snelheid
- **Grafieken:** funnel-visualisatie, spend over tijd, campaign-vergelijking, leadbron-attributie
- **Filters:** datumbereik, campaign, ad set
- Gebouwd in The Ecom Agency huisstijl
- Beveiligd met login
- Gehost op een eigen subdomain

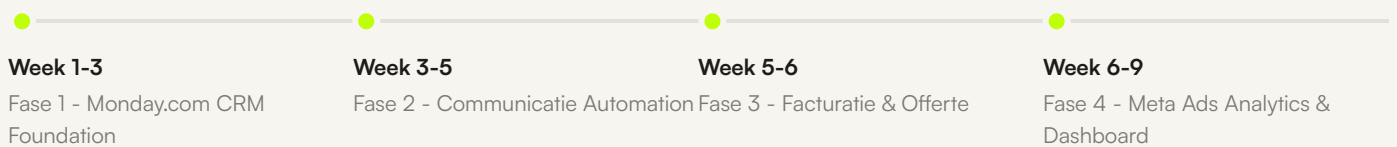
Optioneel: Ad Spend Alerts

- Automatische meldingen bij ROAS onder drempelwaarde, kosten per lead boven target, of campaigns die stoppen met uitgeven

Optioneel: Client Health Scoring

- Per actieve klant een automatische gezondheidsscore op basis van ROAS-trend, communicatiefrequentie, betaalsnelheid en meeting-aanwezigheid
- Alert wanneer een klant-score daalt (vroegtijdige churn-detectie)

Leveringsvolgorde



Fases kunnen ook individueel worden afgenomen. De aanbevolen volgorde is gebaseerd op afhankelijkheden en impact.

Terugkerende kosten (indicatie)

- WhatsApp berichten (na 1.000/maand gratis): ~EUR 0,05-0,10 per gesprek
- Meta Marketing API: gratis (via bestaand Business Manager account)
- Hosting (dashboard, automations): huidige Zapier account en gratis Vercel hosting

Open onderzoeksvragen

1. **Zapier-audit** - Toegang nodig om kapotte en dubbele Zaps in kaart te brengen
2. **tl;dv API** - Alpha-versie. Webhook-structuur wordt vooraf getest
3. **Offerte templates** - Verificatie dat API veld-injectie ondersteunt vanuit templates

Volgende stappen

1. **Zapier-toegang** - We hebben toegang nodig tot jullie Zapier-account om de kapotte en dubbele Zaps in kaart te brengen
2. **Prioriteren** - In overleg bepalen welke items als eerste worden opgepakt
3. **Fase 1 starten** - Board optimalisatie, cold email dedup, speed to lead en Zapier fixen

De board audit (Deel 1) is uitgevoerd op 8 april 2026 via een read-only API-scan. Er zijn geen wijzigingen aangebracht in jullie Monday.com-omgeving. De scope of work (Deel 2) is opgesteld op basis van het gesprek van 7 april 2026 en de auditresultaten.

Spryntr

Groei-systemen voor B2B. Strategie, copy, leads en
infrastructuur, volledig uit handen.

hello@spryntr.com

linkedin.com/in/lorenzogarufi

© 2026 Spryntr. KvK 89263618.