

SCOPE OF WORK

Scope of Work: The Ecom Agency - Business Process Automation

Opdrachtgever Auke de Geus, The Ecom Agency

Aanbieder Spryntr (Lorenzo Garufi)

Datum 8 april 2026

Versie 1.0

Gebaseerd op Gesprek 7 april 2026

Inhoudsopgave

- 01 Samenvatting

- 02 Fase 1: Monday.com CRM Foundation

- 03 Fase 2: Communicatie Automation

- 04 Fase 3: Facturatie & Offerte Automation

- 05 Fase 4: Meta Ads Analytics & Conversion Tracking

- 06 Leveringsvolgorde

- 07 Terugkerende kosten (indicatie)

- 08 Open onderzoeksvragen

Samenvatting

Dit document beschrijft de scope voor het automatiseren van de bedrijfsprocessen van The Ecom Agency, opgedeeld in vier onafhankelijke fases. Elke fase levert direct waarde op en kan los worden afgesloten.

Wat wordt geautomatiseerd:

- Monday.com als centraal CRM met werkende automations
- WhatsApp & email reactivatie + CRM synchronisatie
- Facturatie- en offerteworkflow (PlugnPay + Offorte)
- Meta Ads analytics, conversion tracking & custom dashboard

Fase 1: Monday.com CRM Foundation

2-3 WEKEN

Alles hieronder hangt af van een goed werkend Monday.com. Deze fase legt het fundament.

Wat wordt opgeleverd

- Lorenzo krijgt gastgebruiker-toegang tot Monday workspace
- Volledige audit van alle boards, kolommen, groepen en bestaande automations
- Alle kapotte Zapier-connecties worden gedocumenteerd met root cause analyse
- Advies over board-structuur optimalisatie

1.2 Cold Email Reply Deduplication

- Momenteel wordt bij elke cold email reply een nieuw item aangemaakt, terwijl de lead al bestaat
- Na oplevering: systeem zoekt eerst of de lead al in Monday staat. Zo ja: status wordt bijgewerkt. Zo nee: nieuw item wordt aangemaakt
- 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 Migreren

- De volgende Zapier-automations hebben nooit gewerkt en worden opnieuw gebouwd:
- Tevredenheidsonderzoek
- Goals tracking
- Lage ROAS melding
- Klantontevredenheid melding
- Exacte scope wordt bepaald na de board audit (1.1)

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

2

FASE 2

Fase 2: Communicatie Automation

2-3 WEKEN

Afhankelijk van: Fase 1

WhatsApp, email en tl;dv - alles automatisch op de juiste plek in Monday.

Wat wordt opgeleverd

- 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:
- Lead-geschiedenis uit Monday
- Website-samenvatting
- Eerdere email-communicatie samengevat
- Verstuurd via WhatsApp of email

OPTIONEEL

SLA Monitoring

- Dashboardweergave van:
- Gemiddelde tijd tot eerste contact
- Gemiddelde tijd tot offerte verzonden
- Gemiddelde follow-up tijd
- Automatische alerts als een lead te lang blijft liggen (bijv. niet gebeld binnen 2 uur)

3

FASE 3

Fase 3: Facturatie & Offerte Automation

1-2 WEKEN

Afhankelijk van: Fase 1

PlugnPay en Offerte gekoppeld aan Monday - geen handmatig statuswerk meer.

Wat wordt opgeleverd

- 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

Let op: De PlugnPay API-documentatie is beperkt. Indien nodig wordt een Zapier-bridge ingezet als tussenoplossing tot directe API-koppeling mogelijk is.

3.2 Automatisch Contact Aanmaken in Offerte

- Zodra er een call wordt ingepland (via Calendly of Monday-statuswijziging):
- Systeem checkt of het contact al bestaat in Offerte
- Zo nee: contact wordt automatisch aangemaakt met gegevens uit Monday (naam, email, bedrijf, telefoon)

3.3 Offerte-knop

- Met een knop in Monday wordt automatisch een vooringevulde offerte aangemaakt in Offorte
- Gegevens worden overgenomen uit het Monday-item: klantnaam, bedrijf, email, geselecteerd pakket
- De Offorte-link wordt teruggeplaatst in Monday

OPTIONEEL

Quote-to-Close Analytics

- Inzicht in: aantal offertes verstuurd, totale waarde, conversieratio, gemiddelde doorlooptijd
- Win/loss analyse per leadbron (cold email vs. ads vs. referral)

4

FASE 4

Fase 4: Meta Ads Analytics & Conversion Tracking

3-4 WEKEN

Afhankelijk van: Fase 1

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

Wat wordt opgeleverd

- 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 en/of als HTML-rapport per email verstuurd

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
- Meta weet hierdoor precies welke ads daadwerkelijk calls, offertes en klanten opleveren
- 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 (zwart, aquamarijn, Inter font)
- Beveiligd met login (email + wachtwoord)
- Gehost op een eigen subdomain

OPTIONEEL

Ad Spend Alerts

- Automatische meldingen bij:
- ROAS onder drempelwaarde voor 3+ achtereenvolgende dagen
- Kosten per lead meer dan 20% boven target
- Campaign die stopt met uitgeven (budget op, billing-probleem, ad afgekeurd)
- Ongebruikelijk hoge of lage CTR

OPTIONEEL

Client Health Scoring

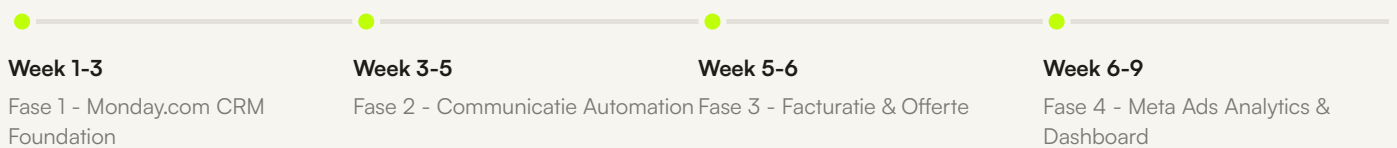
- Per actieve klant een automatische gezondheidsscore op basis van:
- ROAS-trend (stijgend/dalend)
- Communicatiefrequentie
- Betaalsnelheid facturen
- Meeting-aanwezigheid
- Alert wanneer een klant-score daalt (vroegtijdige churn-detectie)

OPTIONEEL

Pipeline Forecasting

- Op basis van historische conversieratio's per pipeline-fase:
- Verwachte omzet deze maand/kwartaal
- Verwacht aantal nieuwe klanten
- Benodigde ad spend om targets te halen

Leveringsvolgorde



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

Terugkerende kosten (indicatie)

Component	Kosten
WhatsApp berichten (na 1.000/maand gratis)	~EUR 0,05-0,10 per gesprek
Meta Marketing API	Gratis (via bestaand Business Manager account)
Hosting (n8n, Supabase, dashboard)	Inbegrepen bij Sprynter-infrastructuur
Aanbevolen: maandelijks onderhoud	Retainer voor monitoring, bugfixes, iteratieve verbeteringen

Open onderzoeksvragen

Voordat definitieve prijzen worden vastgesteld, worden de volgende punten onderzocht:

1. **PlugnPay API** - Beperkte publieke documentatie. Directe API of Zapier-bridge als tussenoplossing.
 2. **tl;dv API** - Alpha-versie. Webhook-structuur wordt vooraf getest.
 3. **WhatsApp aanpak** - Persoonlijk nummer (Auke's voorkeur) vs. Cloud API. Bespreken van risico's en kosten.
 4. **Monday board structuur** - Exacte complexiteit van kapotte Zaps wordt duidelijk na audit.
 5. **Offorte templates** - Verificatie dat API veld-injectie ondersteunt vanuit templates.
-

Dit document is opgesteld op basis van het gesprek van 7 april 2026 en dient als uitgangspunt voor verdere afstemming.

Spryntr

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

hello@spryntr.com

linkedin.com/in/lorenzogarufi

© 2026 Spryntr. KvK 89263618.