



#SaaS Marketing

Checklist



Aan de slag met je SaaS marketing checklist

Je hebt grootse plannen met je SaaS, maar waar begin je? Met deze checklist heb je een praktisch stappenplan in handen: acht concrete onderdelen die je helpen van eerste idee tot duurzame groei.

Gebruik 'm om orde te scheppen in je marketingaanpak, prioriteiten te bepalen en jezelf scherp te houden. Elke stap is afvinkbaar en meteen toepasbaar: zo weet je zeker dat je niets vergeet.

En lukt er iets niet, of loop je ergens vast? Dan weet je ons te vinden. We denken graag met je mee.

1. Valideer je buikgevoel met GEO & SEO

Zet harde data achter je buikgevoel: waar is er vraag, in welke taal/regio, en met welke intentie?

- ☐ Doe keyword research: welke termen gebruikt je doelgroep om hun probleem of oplossing te zoeken?
- ☐ Bundel deze in **hoofdpilaren** (grote thema's) en **subkeywords** (meer specifieke zoekopdrachten).
- ☐ Analyseer per regio/taal waar het hoogste potentieel zit.
- ☐ Spot quick wins: zoekwoorden met duidelijke intentie en lage concurrentie.

2. Bouw je eerste community

Innovators en early adopters zijn meer dan testklanten: ze worden je ambassadeurs. Zorg dat ze zich betrokken voelen en geef hen een podium. Zeker in je MVP-fase zijn ze goud waard: hun feedback bepaalt welke features doorstoten naar je roadmap.

- ☐ Organiseer een groepsdemo van nieuwe features.
- ☐ Plan één-op-één feedbackcalls met je eerste gebruikers.
- ☐ Zet een klant in de spotlight (customer in the picture).
- ☐ Test referral-acties of kortingen voor wie nieuwe gebruikers aanbrengt.

3. Laat (de juiste) data je gids zijn

Meten = weten. Door vanaf dag één de juiste cijfers te volgen, zie je wat werkt en waar je moet bijsturen.

- ☐ Definieer de KPI's die echt tellen (bv. onboarding, free trials, conversies, demo's, ARR, CLTV ...).
- ☐ Zet je trackingtools juist op (Google Analytics, Search Console, je CRM).
- ☐ Volg de voortgang en leg benchmarks vast.
- ☐ Koppel inzichten terug naar je team en stuur bij waar nodig.



4. Verandering van spijs doet eten

Niet elke bezoeker zit in dezelfde fase. Sommigen willen alleen lezen, anderen zijn klaar om te testen of te kopen. Zorg dus dat je voor elke stap in de funnel minstens één call-to-action klaar hebt.

- ☐ Bouw voor **awareness** een lichte CTA (bv. blog, checklist, video).
- ☐ Voor consideration een diepere CTA (bv. demo-video, vergelijkingstool, whitepaper).
- ☐ Voor **decision** een directe CTA (bv. gratis trial, pricing, persoonlijke demo).
- ☐ Test en meet welke CTA's het beste werken per fase.

5. Set it and forget it (nu ja, bijna)

SaaS groeit snel, en je marketing moet meteen mee. Met de juiste automatisatie bespaar je tijd én houdt je overzicht, zonder dat het onpersoonlijk wordt.

- ☐ Zet een **onboarding flow** op voor nieuwe gebruikers (welkomstmail, tips, eerste stappen).
- ☐ Automatiseer **trial-opvolging**: reminders, how-to's, upgrade-aanmoedigingen.
- ☐ Bouw een **lead nurturing flow** voor geïnteresseerden die nog niet koopklaar zijn.
- ☐ Gebruik **gedragsgebaseerde triggers** (bv. mail na inactiviteit of juist na intensief gebruik).
- ☐ Test AI-tools voor support of contentcreatie, maar hou altijd de menselijke toets.



6. Content is pas waardevol als mensen het effectief lezen.

Valideer je keywords niet alleen, maar bouw er content rond die echt waarde geeft. Zo word je gevonden én als expert in je vak gezien

- ☐ Maak een **contentplan** op basis van je SEO-pilaren en subkeywords.
- ☐ Creëer variatie: blogs, video's, tutorials, changelogs, ...
- ☐ Optimaliseer elk stuk voor de gebruiker én voor zoekmachines.
- ☐ Hergebruik content slim op meerdere kanalen (bv. blog → LinkedIn-post → nieuwsbrief).
- ☐ Hou je content praktisch: toon hoe jouw SaaS echt helpt.

7. Marketing werkt in fases, niet in sprintjes

Succesvolle SaaS-marketing is geen lucky shot. Je groeit door stap voor stap de juiste doelen te zetten in elke fase van de funnel.

- ☐ Bepaal duidelijke doelen voor **awareness, consideration, conversion, retention en upsell**.
- ☐ Koppel bij elke fase 1 – 2 KPI's die echt relevant zijn (bv. bereik, trials, demo's, upgrades, churn, MRR, ...).
- ☐ Zorg dat elke fase logisch doorstroomt naar de volgende.
- ☐ Evalueer je strategie regelmatig en stuur bij waar nodig.

8. Cijfers vertellen veel, maar je moet wel luisteren

Mooie dashboards bouwen alleen is niet genoeg. Je data vertelt je een verhaal, maar het is pas waardevol als je er iets mee doet.

- ☐ Plan vaste momenten in om je cijfers te analyseren (bv. maandelijks review).
- ☐ Kijk waar resultaten afwijken van je verwachtingen. (bv. langere sales cycle dan voorzien)
- ☐ Vindt de oorzaak: ligt het aan de boodschap, het kanaal, of de doelgroep?
- ☐ Pas campagnes of flows aan op basis van je inzichten.
- ☐ Documenteer wat je hebt aangepast en volg de impact op.



Mini SaaS-Audit

Ontdek het (zoek-)potentieel van jouw SaaS!
Stuur ons 3 keywords en je belangrijkste land, en wij geven je:

- inzicht in zoekgedrag rond jouw oplossing
- volumes & kansrijke zoekwoorden
- een topkeyword + groeikansen

**Check onze site en ontvang direct een eerste analyse van
jouw digitale potentieel.**

Start nu!



#MAAS

MARKETING FIZZ AS A SERVICE

Marketing Fizz is een no-nonsense agency dat bedrijven helpt bij het strategisch en succesvol implementeren van marketing.

We geven proactief advies en helpen onze klanten vele stappen vooruit!



CONTACTEER ONS!

M: jens@marketingfizz.be
T: +32 485 79 99 19

Ankerrui 9, 2000 Antwerpen,
België