LEAD Awaker

EDITIE 2026

Het *Rapport*

Vier lekken waardoor dienstverleners omzet mislopen. En hoe je ze één voor één dicht.



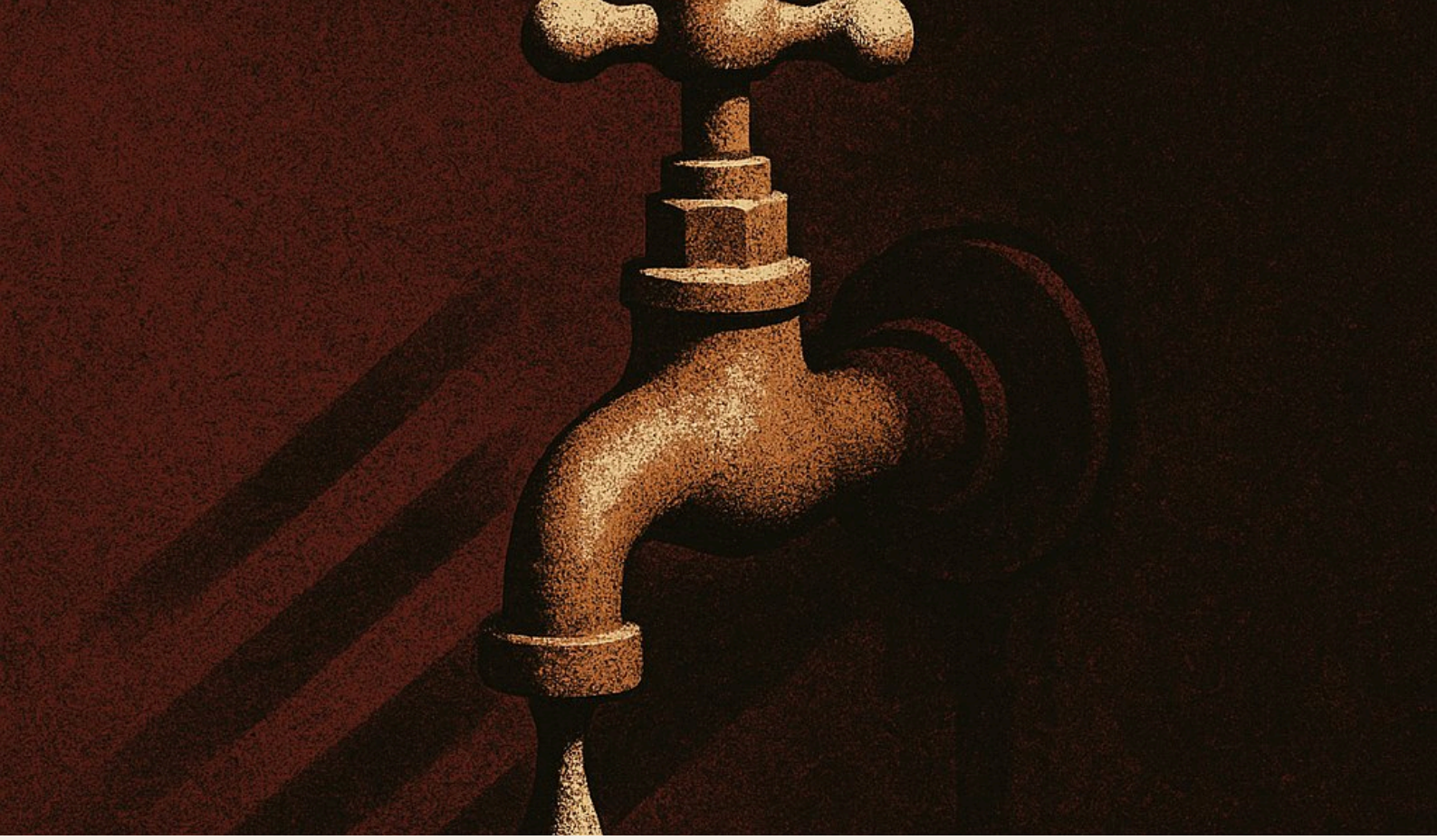
Een praktijkrapport van Lead Awaker

Met onderzoek van Harvard Business Review, BrightLocal, Invoca en Nielsen

INHOUD

Lees alleen de koppen. Dan heb je het hele verhaal.

	Je hebt geen leadprobleem Inleiding	03
	De lekkenkaart Vier lekken, vier oplossingen	05
01	Het gemiste telefoontje Opgelost door de Receptionist	06
02	De vergeten offerte Opgelost door de Verkoper	09
03	De review die nooit kwam Opgelost door de Reputatiemanager	13
04	De klant die je uit het oog verloor Opgelost door de Klantbinder	16
	Vijf momenten om nooit stil te blijven Waarom een gesprek wint van een mailreeks	19
	Wat kost het jou? Een rekenvoorbeeld, en jouw eigen cijfers	20
	Dicht eerst één lek Waar begin je?	21
	Vijf tools, of één medewerker Hoe het samenkomt	22
	Eén lek. Deze maand. Je volgende stap	23



INLEIDING

Je hebt geen leadprobleem. *Je hebt een lek.*

Bijna elk groeiadvies gaat over méér leads. Kijk eerst eens naar de leads die je al hebt. Telefoontjes belanden op de voicemail. Offertes worden nooit nagebeld. Tevreden klanten wordt nooit om een review gevraagd. Oud-klanten gaan naar wie het laatst adverteerde.

> *Meer leads kopen zonder je lekken te dichten? Dat is dweilen met de kraan open.*

EEN GEWONE DINSDAG

Vier lekken, en het is nog geen etenstijd.



08:47

Een huiseigenaar belt. Jij staat op een klus. Voicemail. Ze bellen de volgende in Google.



11:30

Er gaat een offerte de deur uit. Je wilt hem nabellen. Voor je het weet is het volgende maand.



15:10

Een klant is dolblij met het resultaat. Niemand vraagt om een review.



19:20

De klant van vorig jaar heeft je weer nodig. Je naam schiet ze niet te binnen, dus klikken ze op een advertentie.

Een verzonnen dag, met verzonnen details. Maar deze vier momenten zie je in bijna elk dienstverlenend bedrijf.

DE KAART

Vier lekken. De meeste bedrijven hebben ze alle vier.

Ze komen niet op volgorde, en je hoeft ze ook niet op volgorde te dichten. Elk lek heeft zijn eigen oplossing.

01

AANVRAAG

Het gemiste telefoontje

Telefoontjes en berichten die te laat of nooit beantwoord worden.

We denken: ze bellen wel terug.

OPGELOST DOOR DE RECEPTIONIST

02

OFFERTE

De vergeten offerte

Offertes en oude aanvragen die niemand heeft opgevolgd.

We denken: geen reactie, dus geen interesse.

OPGELOST DOOR DE VERKOPER

03

KLUS KLAAR

De review die nooit kwam

Tevreden klanten aan wie het nooit gevraagd is.

We denken: tevreden klanten schrijven vanzelf een review.

OPGELOST DOOR DE REPUTATIEMANAGER

04

MAANDEN LATER

De klant die je uit het oog verloor

Herhaalwerk en aanbevelingen van oud-klanten.

We denken: ze weten ons heus wel te vinden.

OPGELOST DOOR DE KLANTBINDER

AI maakt slecht werk niet beter. Zijn klanten niet blij met je werk, dan levert lekken dichten je alleen sneller meer ontevreden klanten op. Lever je goed werk, dan zorgt het dat dat werk ook betaald wordt.

01

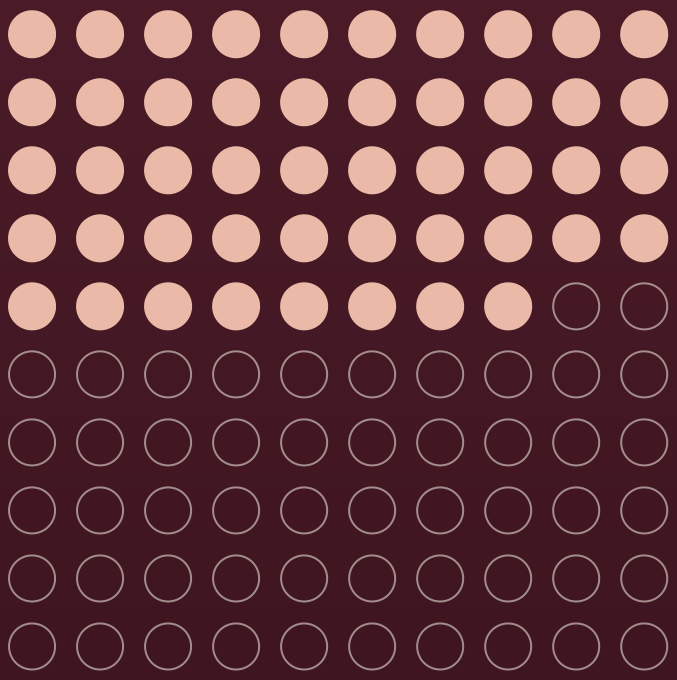
LEK 01 · AANVRAAG

Het gemiste telefoontje

OPGELOST DOOR De Receptionist



De helft van je bellers krijgt nooit iemand aan de lijn.



48

van elke 100 telefoontjes naar vakbedrijven als installateurs en loodgieters komen nooit bij een mens uit.[1]

<3 op 100

bellers die de voicemail krijgen, spreken iets in. De rest belt gewoon de volgende.[2]

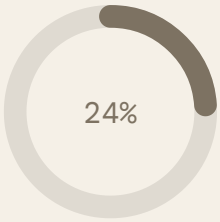
7×

meer kans dat een lead serieus blijkt als je binnen het uur reageert, in plaats van een uur later.[3]

DE OPLOSSING

De Receptionist neemt op. Altijd.

Die van ons heet Alex. Hij neemt op via onze website, dag en nacht. De jouwe mag heten zoals jij wilt.



40 uur

Jouw kantoor. Doordeweeks, van negen tot vijf.



168 uur

Jouw Receptionist. Elk uur van de week.

1

Hij neemt op

Telefoontjes die jij niet kunt aannemen, en berichten via WhatsApp en je website, gaan direct naar hem.

2

Hij klinkt als jouw bedrijf

Jouw naam, jouw prijzen, jouw veelgestelde vragen. In de taal van de beller, binnen een paar seconden.

3

Hij vraagt door

Wat is de klus, waar, hoe dringend, welk budget.

4

Hij plant in of verbindt door

In je agenda, of direct naar jou. Jij krijgt een samenvatting via WhatsApp.

> **Bellers kunnen altijd een mens spreken.** Hij vraagt wie er belt en waarvoor, en belt dan jou. Jij hoort de samenvatting en drukt op 1 om het gesprek aan te nemen.

02

LEK 02 · OFFERTE

De vergeten offerte

OPGELOST DOOR De Verkoper



De meeste aanvragen krijgen één poging. Daarna stilte.



1 poging. Meer doet de helft van alle bedrijven niet om een nieuwe lead te bereiken.[4]

Deze mensen kennen je naam al en wilden hebben wat jij verkoopt. Goedkoper worden leads niet. Je hebt er al een keer voor betaald.

23%

van de bedrijven reageerde nooit op een aanvraag.[3]

55%

van de vakbedrijven vraagt een lead nooit om een afspraak te maken.[1]

ZO ZIET HET ERUIT

Een vergeten offerte nieuw leven inblazen. In zeven berichten.



1. *Begint bij waar Mark zelf om vroeg. Geen 'ik wilde even polsen...'.*
2. *Vindt een tweede reden om langs te komen: de controle.*
3. *Gaat in op het echte bezwaar en biedt twee concrete tijden.*
4. *Afspraak staat, de herinnering gaat vanzelf.*

De praktijk, namen en prijzen zijn verzonnen.

DE OPLOSSING

De Verkoper pakt het gesprek weer op.

1

Jij levert de lijst

Oude offertes en aanvragen, uit Excel of je CRM. Wij schonen hem eerst op.

2

Een persoonlijke opening

Een kort WhatsApp-bericht over waar iemand om vroeg. Geen massaberichten.

3

Hij voert het gesprek

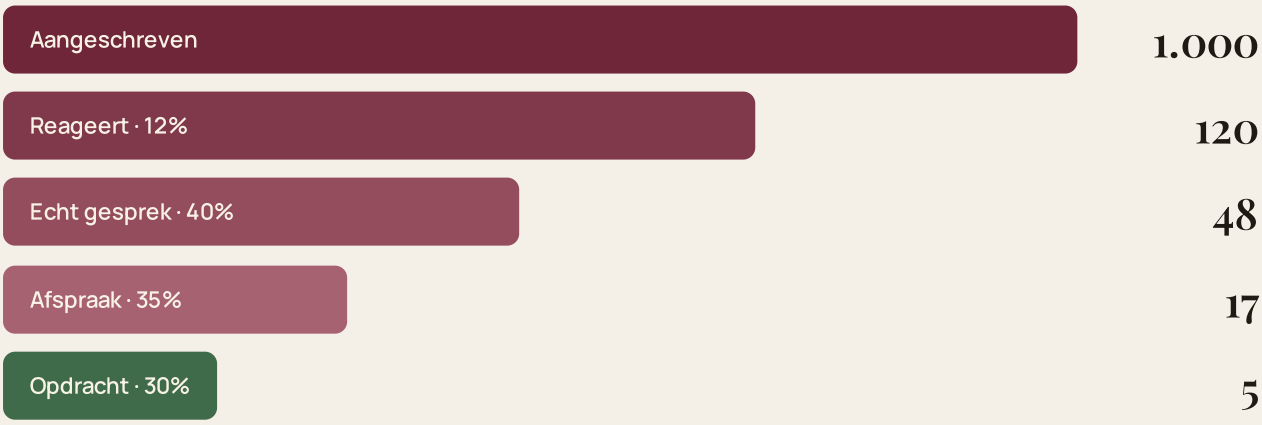
Beantwoordt vragen, kan omgaan met 'nu even niet', en komt terug met een nieuwe insteek.

4

Hij plant in

Geïnteresseerden staan in je agenda. Jij leest per lead één samenvatting.

Wat 1.000 oude aanvragen kunnen opleveren



Een illustratie, geen benchmark. Jouw lijst, aanbod en markt veranderen elk getal. Bij een gemiddelde klus van € 4.000 is dat € 20.000 uit een lijst die niets opleverde.

Nooit opdringerig. Elk bericht heeft een makkelijke uitweg, en 'stop' is ook echt stop.

03

LEK 03 · KLUS KLAAR

De review die nooit kwam

OPGELOST DOOR De Reputatiemanager



HET LEK

Tevreden klanten zwijgen. Tenzij je het vraagt.

97%

van de consumenten laat reviews meewegen bij een aankoop.[5]

83%

van de mensen die om een review werden gevraagd, schreef er ook een.[5]

47%

kiest geen bedrijf met minder dan 20 reviews.[5]

74%

wil reviews zien van de afgelopen drie maanden.[5]

Ontevreden klanten schrijven uit zichzelf een review. Tevreden klanten hebben een duwtje nodig. Wie nooit vraagt, houdt minder, oudere en zuurdere reviews over dan zijn werk verdient.



DE OPLOSSING

De Reputatiemanager vraagt het iedereen, op het juiste moment.

1

De klus is klaar

Eén tik van jou, of automatisch vanuit je agenda.

2

Hij vraagt hoe het ging

Een kort WhatsApp-bericht terwijl het werk nog vers is. Geen enquête een week later.

3

Hij stuurt het antwoord door

Tevreden? Je Google-link, één tik verderop. Ontevreden? Dan hoor jij het eerst, zodat je het kunt rechtzetten.

4

Hij reageert

Elke nieuwe review krijgt een doordacht antwoord in jouw toon.

> **Ook ontevreden klanten krijgen de link.** Alleen tevreden klanten om een review vragen heet review gating, en dat verbiedt Google.[11] Dus vragen we het iedereen, en krijg jij eerst de kans om het goed te maken.

04

LEK 04 · MAANDEN LATER

De klant die je uit het oog verloor

OPGELOST DOOR De Klantbinder



HET LEK

Je goedkoopste volgende klus komt van iemand die je al eens betaalde.

5–25×

duurder om een nieuwe klant binnen te halen dan een bestaande te houden, afhankelijk van het onderzoek.[6]

88%

vertrouwt een aanbeveling van bekenden meer dan welke andere vorm van reclame ook.[7]

16%

meer waard: klanten die via een aanbeveling kwamen, vergeleken met alle anderen, in een onderzoek onder 10.000 bankklanten.[8]

De meeste bedrijven worden muisstil zodra de factuur betaald is, en steken daarna geld in advertenties om vreemden te vinden.

DE OPLOSSING

De Klantbinder onthoudt het, zodat jij dat niet hoeft.

1

Hij onthoudt

Wat je voor elke klant deed, en wanneer de volgende klus eraan komt.

2

Hij meldt zich

Een persoonlijk bericht over hún klus, precies op dat moment. Geen nieuwsbrief.

3

Hij plant opnieuw in

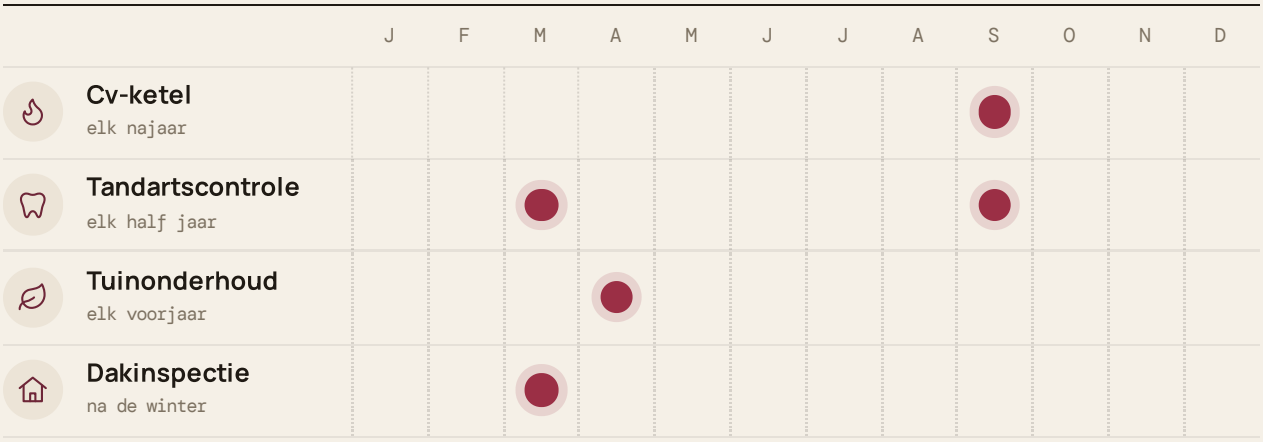
Een ja wordt een afspraak. Niemand hoeft de telefoon te pakken.

4

Hij vraagt om een aanbeveling

Tevreden klanten krijgen een makkelijke manier om je naam door te geven.

Bijna elke dienst komt terug



● De Klantbinder meldt zich precies als de volgende klus eraan komt.

Elke stip is een klus. Jij herinnert de klant eraan, of de advertentie van je concurrent doet het.

HET SYSTEEM

Vijf momenten waarop je nooit stil mag blijven.

Je hebt geen ingewikkelde funnel nodig. Je hebt een reactie nodig op vijf momenten, elke keer, in de app die mensen echt lezen.

Binnen een minuut

Een gemist telefoontje of nieuw bericht

Reageer voordat ze het volgende bedrijf proberen.

DE RECEPTIONIST

Dag 2 en dag 7

Er gaat een offerte uit

Check of hij is aangekomen en duidelijk is, en geef een zetje zolang hij vers is.

DE VERKOPER

Dezelfde dag

Iemand komt niet opdagen

Geen verwijten. Twee nieuwe tijden, gestuurd terwijl ze zich nog schuldig voelen.

DE RECEPTIONIST

De dag dat het af is

De klus is klaar

Vraag hoe het ging. Tevreden klanten krijgen de reviewlink.

DE REPUTATIEMANAGER

Als het weer tijd is

Maanden later

De herinnering die de volgende klus oplevert, of een aanbeveling.

DE KLANTBINDER

2,6%

klikt gemiddeld op een link in een marketingmail.[9]

600 mln.

gesprekken per dag tussen mensen en bedrijven op de apps van Meta, WhatsApp inbegrepen.[10]

JOUW CIJFERS

Wat kost het jou?

Hier is een voorbeeldbedrijf, doorgerekend met onze Lekcheck. Jouw cijfers zijn anders. Daar gaat het nou juist om.

VOORBEELDBEDRIJF	
Gemiddelde opdrachtwaarde	€ 2.500
Slagingspercentage	30%
Nieuwe aanvragen per maand	80
Gemist of te laat beantwoord	25%
Oude offertes en aanvragen	1.200
Afgeronde klussen per maand	20
Oud-klanten	900

TERUG TE HALEN IN 12 MAANDEN

€ 220.500

Gemiste telefoontjes	€ 108.000
Oud-klanten	€ 67.500
Vergeten offertes	€ 45.000
Reviews die nooit kwamen	108 per jaar

Uitgangspunten: 60% van de gemiste aanvragen gaat naar een ander, 5% van de oude aanvragen reageert opnieuw, elk jaar boekt of verwijst 3% meer oud-klanten, en de helft van de klanten schrijft een review als je erom vraagt (nu vraag je het aan 10%). Bewust voorzichtig gerekend.

Reken nu je eigen cijfers door.

Twee minuten, acht vragen. Je ziet meteen welk lek jou het meest kost.

Open de Lekcheck →

leadawaker.com/nl/lekcheck

WAAR BEGIN JE?

Dicht eerst één lek.

Eén lek goed gedicht is beter dan vier half. Zoek de zin die klinkt als jouw bedrijf.



“De telefoon gaat terwijl we aan het werk zijn. En na sluitingstijd.”

Elk gemist telefoontje is een lead waar je al voor betaald hebt, op weg naar de concurrent.

BEGIN MET
De Receptionist



“We hebben honderden oude offertes in een Excelbestand.”

Het snelste geld uit dit rapport. De leads bestaan al.

BEGIN MET
De Verkoper



“Klanten zijn dol op ons, maar dat zie je niet aan onze reviews.”

Vraag het elke klant, op het moment dat ze het blijst zijn.

BEGIN MET
De Reputatiemanager



“Klanten komen alleen terug als ze toevallig aan ons denken.”

Herinner ze eraan zodra de volgende klus echt nodig is.

BEGIN MET
De Klantbinder

HOE HET SAMENKOMT

Vijf tools, of één medewerker.

De meeste bedrijven proberen deze lekken te dichten met een stapel apps. Niets praat met elkaar, en niemand onthoudt de klant.

DE STAPEL

- Antwoorddienst — kantoortijden
- CRM — nooit bijgewerkt
- Sms-tool — alleen zenden
- Reviewplatform — via de mail
- Boekingsapp — nog een login

5 logins · 5 facturen · 0 gedeeld geheugen

DE MEDEWERKER



4 taken · 1 inbox · 1 geheugen · dag en nacht

~~Een receptioniste op kantoortijden~~	→	Elk telefoontje en bericht beantwoord, dag en nacht
~~Offertes nabellen als iemand eraan denkt~~	→	Elke openstaande offerte persoonlijk opgevolgd
~~Een reviewmail die niemand opent~~	→	Een WhatsApp-bericht als ze het blijst zijn
~~Een kerstkaart~~	→	Een berichtje als de volgende klus eraan komt

Samen met jou, niet door jou. Wij zetten het op, schrijven de berichten in jouw toon, en jij ziet elk gesprek in één inbox.



JE VOLGENDE STAP

Eén lek. Deze maand.



Ben je tot hier gekomen, dan weet je al welk lek het jouwe is. Of een AI-medewerker het kan dichten, ontdek je het snelst door er een te spreken. Alex neemt op via onze website, dag en nacht. Probeer hem maar eens van zijn stuk te brengen.

Gabriel

OPRICHTER, LEAD AWAKER

PROBEER HET NU

Praat met Alex

leadawaker.com/nl

20 MINUTEN · GRATIS

Plan een Lekscan

Jouw cijfers, jouw eerste lek

BRONNEN

Elk getal in dit rapport, en waar het vandaan komt.

1. Invoca, *Home Services Lead Conversion Benchmarks Report*, 2026. Gemiddelden van gesprekken op het platform van Invoca. invoca.com
2. Invoca, *How much missed sales calls cost home services businesses*, 2024. Platformdata van de leverancier. invoca.com
3. Oldroyd, McElheran & Elkington, *The Short Life of Online Sales Leads*, Harvard Business Review, 2011. Het cijfer van 23% komt uit een test bij 2.241 Amerikaanse bedrijven, de 7× uit een aparte dataset van 1,25 miljoen leads. hbr.org
4. InsideSales.com, *2014 Lead Response Report*, een onderzoek bij 14.061 bedrijven. insidesales.com
5. BrightLocal, *Local Consumer Review Survey*, februari 2026, 1.002 Amerikaanse volwassenen. brightlocal.com
6. Amy Gallo, *The Value of Keeping the Right Customers*, Harvard Business Review, 2014. hbr.org
7. Nielsen, *Trust in Advertising*, 2021, ongeveer 40.000 respondenten. nielsen.com
8. Schmitt, Skiera & Van den Bulte, *Referral Programs and Customer Value*, Journal of Marketing, 2011. wharton.upenn.edu
9. Mailchimp, *Email Marketing Benchmarks*, alle gebruikers. mailchimp.com
10. Meta, kwartaalcijfers Q3 2023, volgens TechCrunch, oktober 2023. techcrunch.com
11. Google, *Maps user contributed content policy: Prohibited & restricted content*. support.google.com

De voorbeeldbedrijven, gesprekken, de reactivatie-illustratie en het rekenvoorbeeld zijn illustraties en staan ook zo vermeld. Alle andere cijfers komen uit de bronnen hierboven.

LEADAwaker

Laat geen leads meer weglekken waar je al voor betaald hebt.

leadawaker.com/nl

© 2026 Lead Awaker. Deel gerust, met bronvermelding.
Met dank aan Jason Drohn (DoneForYou.com), wiens AI Funnel Factor dit rapport inspireerde.