

BRIEFING: LINKEDIN LEAD GEN FORM

Samen met sales invullen voor je het formulier bouwt, met de officiële limieten

DOOR JONAS WELLENS, SENIOR ANALYST • BIJGEWERKT 27 SEPTEMBER 2026

Vul deze briefing in met wie de leads opvolgt, voor je het formulier in Campaign Manager bouwt. De limieten komen uit het LinkedIn-helpcentrum, nagekeken op 27 september 2026. Maak één formulier per taal.

1. DOEL EN OPVOLGING

- **Aanbod in het formulier** (demo, gids, webinar, offerte):
- **Wanneer is een lead gekwalificeerd?** Afsproken met sales:
- **Wie volgt op, hoe en binnen welke termijn?**
- **Maximale kost per gekwalificeerde lead:** klantwaarde € × marge % × aandeel dat klant wordt % = €
- **Het formulier kost niets extra:** je betaalt de kliks of vertoningen van de advertentieset ^[1].

2. TEKSTEN VAN HET FORMULIER

Een Engelstalig formulier past bij een advertentieset in elke taal; een formulier in een andere taal moet dezelfde taal hebben als de advertentieset ^[2].

Teksten per taal. Beloof je een gids of whitepaper, zet de link dan in het bedankscherm: LinkedIn verstuurt die inhoud niet zelf ^[4].

ONDERDEEL	LIMIET VOLGENS LINKEDIN	NEDERLANDS	FRANS
Kop	Tot 60 tekens ^[2]		
Details van het aanbod	Tot 160 tekens ^[2]		
URL privacybeleid	Beginnt met http:// of https:// en toont een pagina die alleen over je privacybeleid gaat ^{[2][3]}		
Privacytekst: wat je met de gegevens doet	Tot 2.000 tekens ^[2]		
Bedankscherm: wat er nu gebeurt en wanneer	Tot 300 tekens, met een knop naar een pagina naar keuze ^{[2][1]}		

3. PROFIELVELDEN

LinkedIn laat tot 12 profielvelden toe en raadt er drie à vier aan, omdat een korter formulier waarschijnlijk meer inzendingen oplevert ^{[2][4]}. Voornaam, achternaam en e-mailadres staan standaard aangevinkt en kun je weghalen ^[2].

☐ Voornaam

☐ Achternaam

☐ Zakelijk e-mailadres

☐ Bedrijfsnaam

☐ Functietitel

☐ Telefoonnummer, alleen als sales echt belt

4. KWALIFICATIEVRAGEN

Maximaal drie eigen vragen, als meerkeuze of als één regel tekst, met 100 tekens per veld ^[2]. Kies meerkeuze: één vraag met een vrij antwoord kan de inzendratio volgens LinkedIn al 3 à 4% doen dalen ^[5]. Voorbeelden, aan te passen aan je aanbod:

Voorbeeldvragen (geen LinkedIn-sjabloon)

WAT JE WILT WETEN	NEDERLANDSTALIG FORMULIER	FRANSTALIG FORMULIER
Tijdspad	Wanneer wil je starten? [Dit kwartaal / Binnen 6 maanden / Later of weet ik nog niet]	Quand souhaitez-vous démarrer ? [Ce trimestre / Dans les 6 mois / Plus tard ou je ne sais pas]
Rol in de beslissing	Wat is jouw rol? [Ik beslis / Ik adviseer / Ik verzamel informatie]	Quel est votre rôle ? [Je décide / Je conseille / Je m'informe]
Omvang	Hoeveel medewerkers telt je bedrijf? [1 à 9 / 10 à 49 / 50 of meer]	Combien de collaborateurs ? [1 à 9 / 10 à 49 / 50 ou plus]

Jouw vragen, met wat sales met elk antwoord doet:

- Vraag: Antwoorden: Gevolg voor de opvolging:
- Vraag: Antwoorden: Gevolg voor de opvolging:
- Vraag: Antwoorden: Gevolg voor de opvolging:

5. VERBORGEN VELDEN EN TOESTEMMING

Tot 20 verborgen velden, onzichtbaar voor het lid, met een vaste waarde of met dynamische waarden zoals de naam of het ID van campagne, advertentieset en advertentie ^{[2][6]}. Ze gaan mee naar je CRM en verschijnen als kolom in de download ^[6].

☐ Campagne (naam of ID)

☐ Advertentieset (naam of ID)

☐ Advertentie (naam of ID)

☐ Vaste waarde, bijvoorbeeld de bron:

Toestemmingsvakjes zijn optioneel: tot vijf, elk tot 500 tekens, en je kiest zelf of ze verplicht zijn ^{[2][3]}.

☐ Vakje 1, bijvoorbeeld nieuwsbrief: Verplicht: ja / nee

☐ Vakje 2: Verplicht: ja / nee

6. VOOR LIVEGANG EN DAARNA

☐ Koppeling gekozen: rechtstreeks met je CRM of marketing-automationplatform, via een partner, of CSV-download ^[7]. Welke:

☐ Alle velden, ook de verborgen, correct toegewezen in het CRM.

☐ Testlead verstuurd met "Send Test Lead" in Campaign Manager en aangekomen in het CRM ^[8].

☐ Bevestigingsmail en opvolgtaak voor sales ingesteld.

☐ Leads worden meteen gekoppeld of gedownload: het helpcentrum spreekt van maximaal een jaar bewaring ^[9], een LinkedIn-blog van augustus 2025 nog van 90 dagen ^[5].

☐ Doelgroep gemaakt van wie het formulier opende maar niet indiende: terugblik van 30 tot 365 dagen, minstens 300 leden ^[10].

☐ Nieuwe versie gepland: volgens LinkedIn krijgt maar 10% van de formulieren nog leads na hun eerste 66 dagen ^[5]. Datum:

☐ Rapportage op kost per gekwalificeerde lead, niet alleen op kost per lead.

BRONNEN

1. Lead Gen Forms (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a423447>
2. Lead Gen Form specifications (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a423364>
3. Lead Gen Forms Privacy Policy (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a420012>
4. Create a Lead Gen Form – Best Practices (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a421181>
5. How to Use LinkedIn Lead Gen Forms (LinkedIn Marketing Blog (Alexandra Rynne), 19 augustus 2025)
<https://www.linkedin.com/business/marketing/blog/lead-generation/how-to-use-linkedin-lead-gen-forms>
6. Lead Gen Form hidden fields (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a421421>
7. Integrate Lead Gen Forms with your marketing automation or CRM platform (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a425316>
8. Send a test lead in Campaign Manager (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a420737>
9. View and download leads, metrics, and analytics for Lead Gen Form ad sets (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a425750>
10. Create a Lead Gen Form audience with Matched Audiences (LinkedIn Marketing Solutions Help)
<https://www.linkedin.com/help/lms/answer/a422179>

IZOARD

Liever dat we meekijken? Vraag de gratis Meta Ads-audit:
izoard.be/diensten/facebook-ads-bureau/gratis-audit/