

CEO Outlook 2026: Het AI-Transformatie Playbook

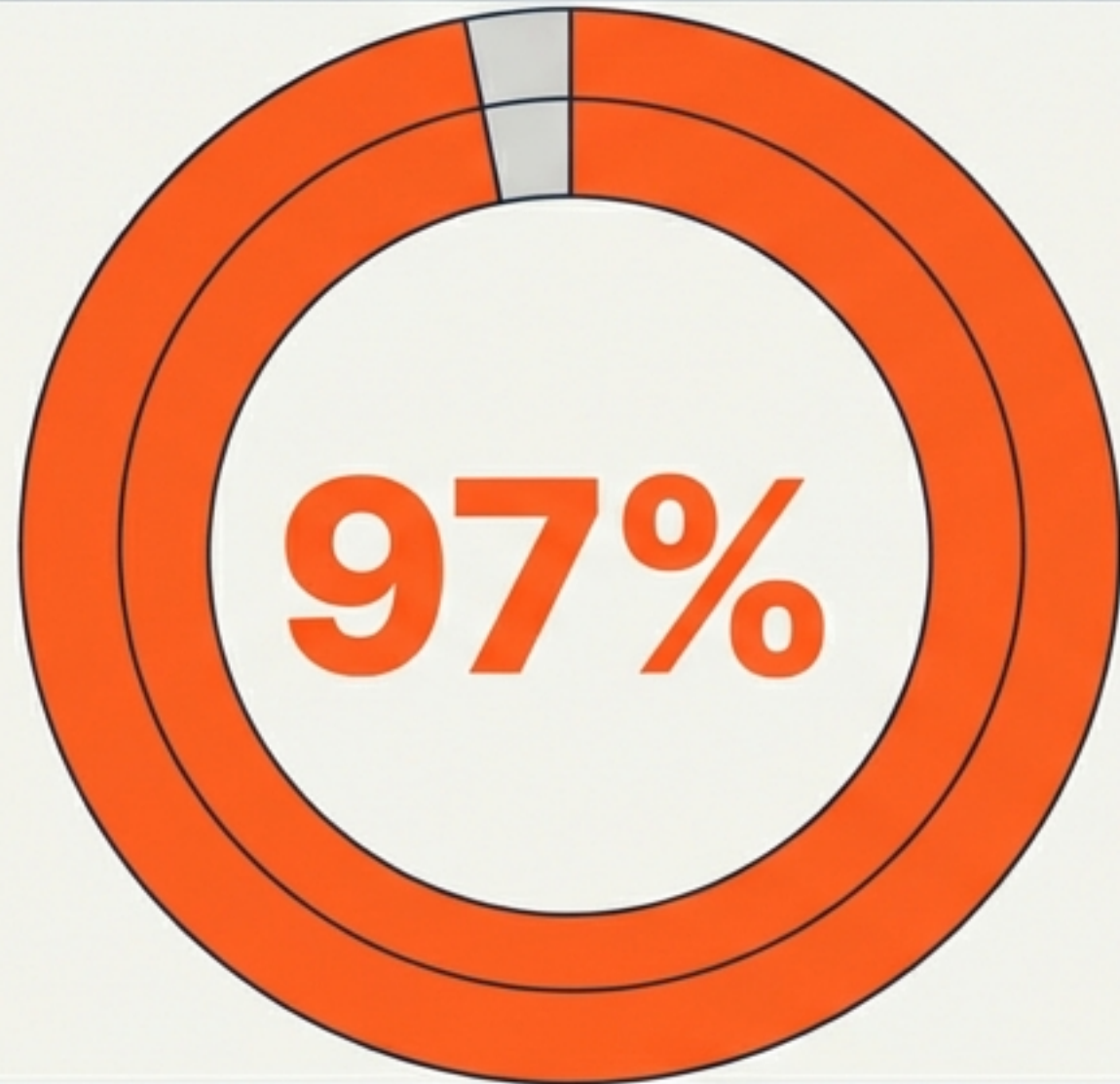
Waarom de verschuiving van specialist naar orchestrator de enige route is naar overleving voor Nederlandse marketingteams.

Doelgroep: CMO's & Senior Marketeers

Focus: Organisatie, Adoptie & ROI

Bron: EY CEO Outlook 2026 Data

97% van de CEO's forceert een technologische transformatie in 2026.



52%

Zit momenteel midden in een grootschalige transformatie.

45%

Start dit jaar met de implementatie.

De golf verandert de marketingfunctie ingrijpend. Dit gaat niet over het testen van een nieuwe AI-tool, maar over een structurele herschikking van portfolio's, budgetprioriteiten en kerncompetenties. (Bron: EY CEO Outlook)

De waarschuwing van de CFO: Transformeer naar 'Chief Growth Officer' of verlies je budget.

De Traditionele CMO (Cost Center)

Focus: Merkbekendheid & Bereik (Vanity metrics)

Structuur: Silo's van specialisten

Budget: Verdedigd met 'zachte' verhalen

De 2026 Chief Growth Officer (Profit Center)

Focus: Harde groeicijfers & Pipeline creatie

Structuur: Cross-functionele AI-regisseurs

Budget: Verdedigd met wiskundige ROI

“ CFO's accepteren geen mooie verhalen meer zonder harde groeicijfers. Voor Nederlandse CMO's betekent dit een fundamentele verschuiving in budgetverantwoording.

Het Transformatie Framework: De 4 pilaren van de nieuwe marketingmotor.

1

Strategie & C-Level Alignment

Verschuiving van budget en doelen naar harde groei.

2

Organisatieontwerp (De Orchestrator)

Evolutie van uitvoerend specialist naar strategisch regisseur.

3

AI-Literacy & Agile Training

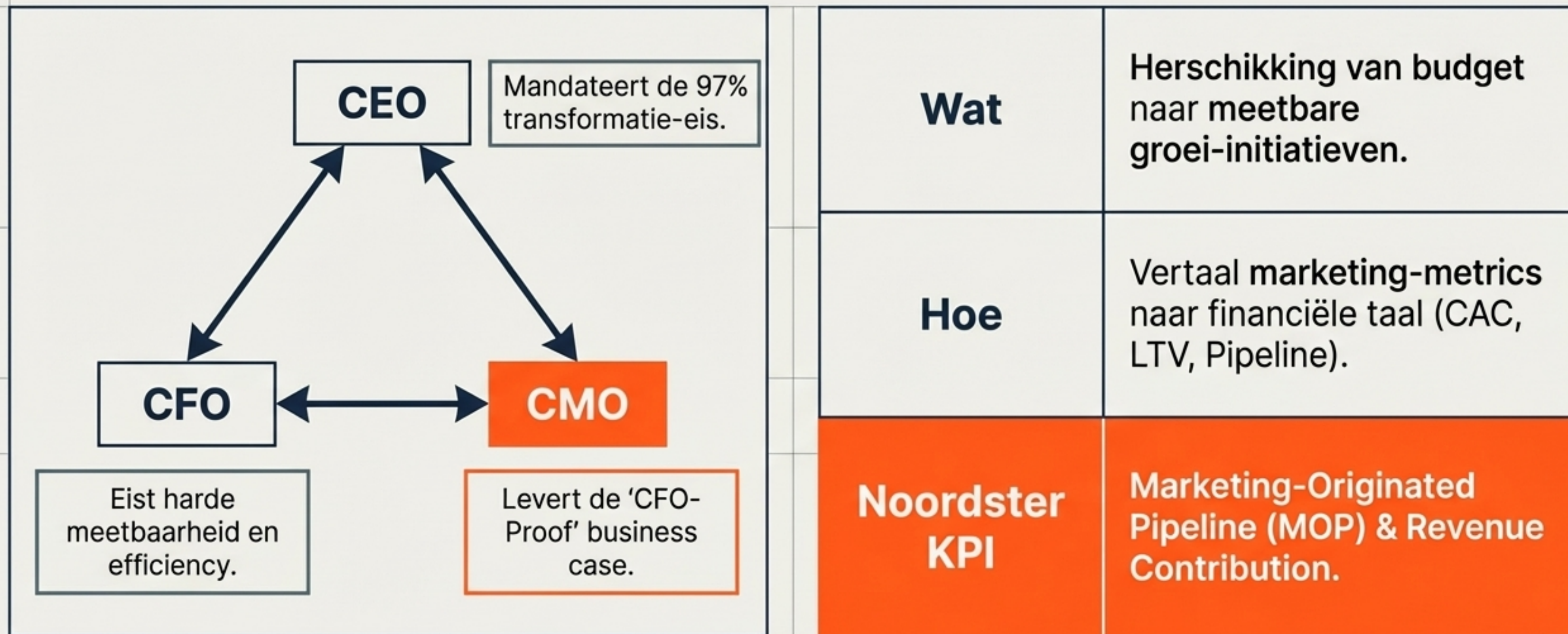
Praktijkgerichte sprints in squads gekoppeld aan campagnes.

4

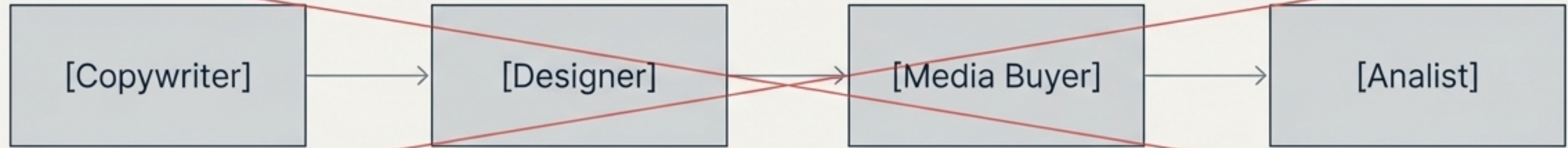
Tech & Data Fundering

Schaalbare infrastructuur en first-party data.

Stap 1: Smeed de alliantie tussen CEO, CFO en CMO.



Stap 2: Herontwerp de organisatie van Specialist naar 'Orchestrator'.



Trage iteraties, hoge afhankelijkheid van silo's.



AI-literacy als basiseis.
Data-interpretatie boven
pure executie.

KPI:

Output per FTE &
Time-to-market reductie
(dagen i.p.v. weken).

Stap 3: Stop theoretische cursussen; start de 'Agile AI Upskiling Loop'.



KPI: Adoptiegraad van tools & Campagne ROI uplift.

Stap 4: Bouw een schaalbare Tech & Data fundering.

Execution & Orchestration

Geconsolideerde marketing tools. Focus op wendbaarheid.

The AI Engine

LLM's en voorspellende modellen gekoppeld aan interne data.



First-Party Data Fundering

Cruciaal voor onafhankelijkheid en nauwkeurigheid van AI.

Wat

Bouwen schaalbare infrastructuur.

Hoe

Consolidatie van gefragmenteerde tools, focus op eigendom van data.

KPI

Data-accuratesse & Tech-stack ROI.

Marktcontext 2026: Waar de Orchestrator direct op moet inspelen.

Social Commerce Versnelling

Trend: TikTok Shop uitrol in Nederland (Zomer 2026).

Orchestrator Actie: Vroeg inspringen; AI-gedreven content-to-commerce pipelines bouwen.

Sponsoring als Infrastructuur

Trend: Zichtbaarheid verschuift naar directe impact (bijv. Anheuser-Busch verlengt MLB tot 2032 voor directe doelgroepactivatie).

Orchestrator Actie: Data-koppelingen bouwen tussen partnerships en eigen platformen.

Earned Media Evolutie

Trend: Verschuiving naar niche-nieuwscreeftors voor specifieke doelgroepen.

Orchestrator Actie: Authenticiteit schalen; AI gebruiken voor niche-sentiment analyse.

De Transformatie Checklist: Do's & Don'ts

DO'S (De Groei-Motor)

Start met C-level buy-in en strakke business cases.

Train via korte interventies in squads van maximaal 8 personen.

Focus op data-eigendom (First-party data).

Meet succes in financiële metrics (CAC, LTV, Pipeline).

DON'TS (De Valkuilen)

Losse AI-tools kopen zonder onderliggende strategie.

Wekenlange, abstracte theoretische cursussen faciliteren.

Functieprofielen intact laten (silo-denken belonen).

Vasthouden aan oude vanity metrics (bereik, likes).

Implementatie Roadmap: Het 4-weken actieplan.

Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
<p data-bbox="203 652 892 802">Audit & CFO Alignment</p> <p data-bbox="203 827 892 1103">Kwantificeer huidige marketing spend vs. harde ROI. Fix de metrics.</p>	<p data-bbox="949 827 1639 990">Vorming van de Squad</p> <p data-bbox="949 1014 1639 1290">Selecteer de eerste 8 "change agents". Bepaal de piloot-campagne.</p>	<p data-bbox="1682 1009 2389 1178">Live-gang & AI-Integratie</p> <p data-bbox="1682 1395 2389 1718">Lanceer de eerste AI-geassisteerde campagne. Pas micro-learning toe.</p>	<p data-bbox="2435 1202 3125 1371">Evaluatie & Schaalbaarheidsplan</p> <p data-bbox="2435 1395 3125 1718">Meet de uplift. Documenteer de 'Orchestrator' workflow. Bereid opschaling voor.</p>

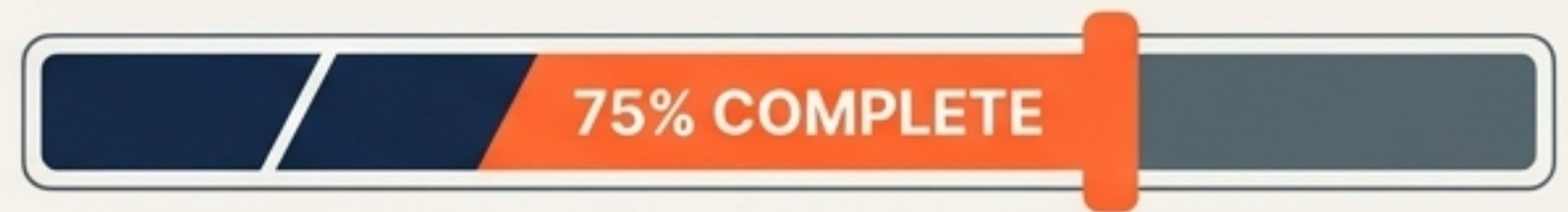
Het 'CFO-Proof' Dashboard: Meetbaar Succes.

Lagging Indicators (Financieel)



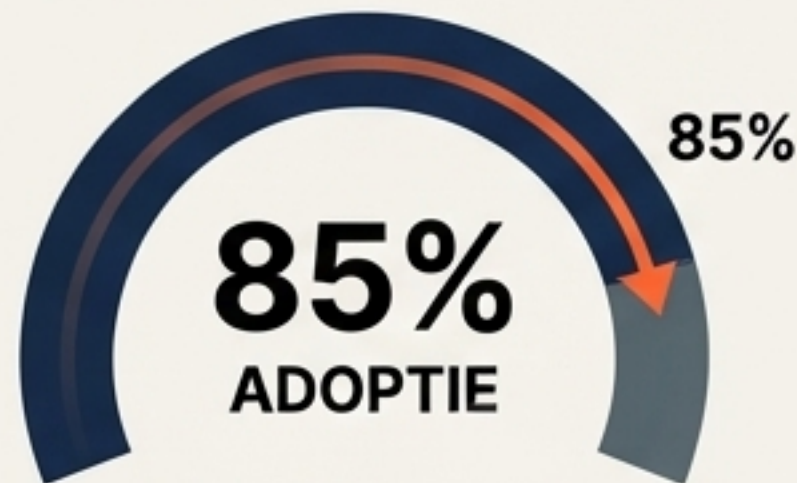
- Customer Acquisition Cost (CAC) reductie via AI-efficiëntie.
- Marketing-Originated Revenue.

Leading Indicators (Operationeel)



- Content Velocity (Output toename door AI-creatie).
- Time-to-market reductie per campagne.

Transformatie Metrics

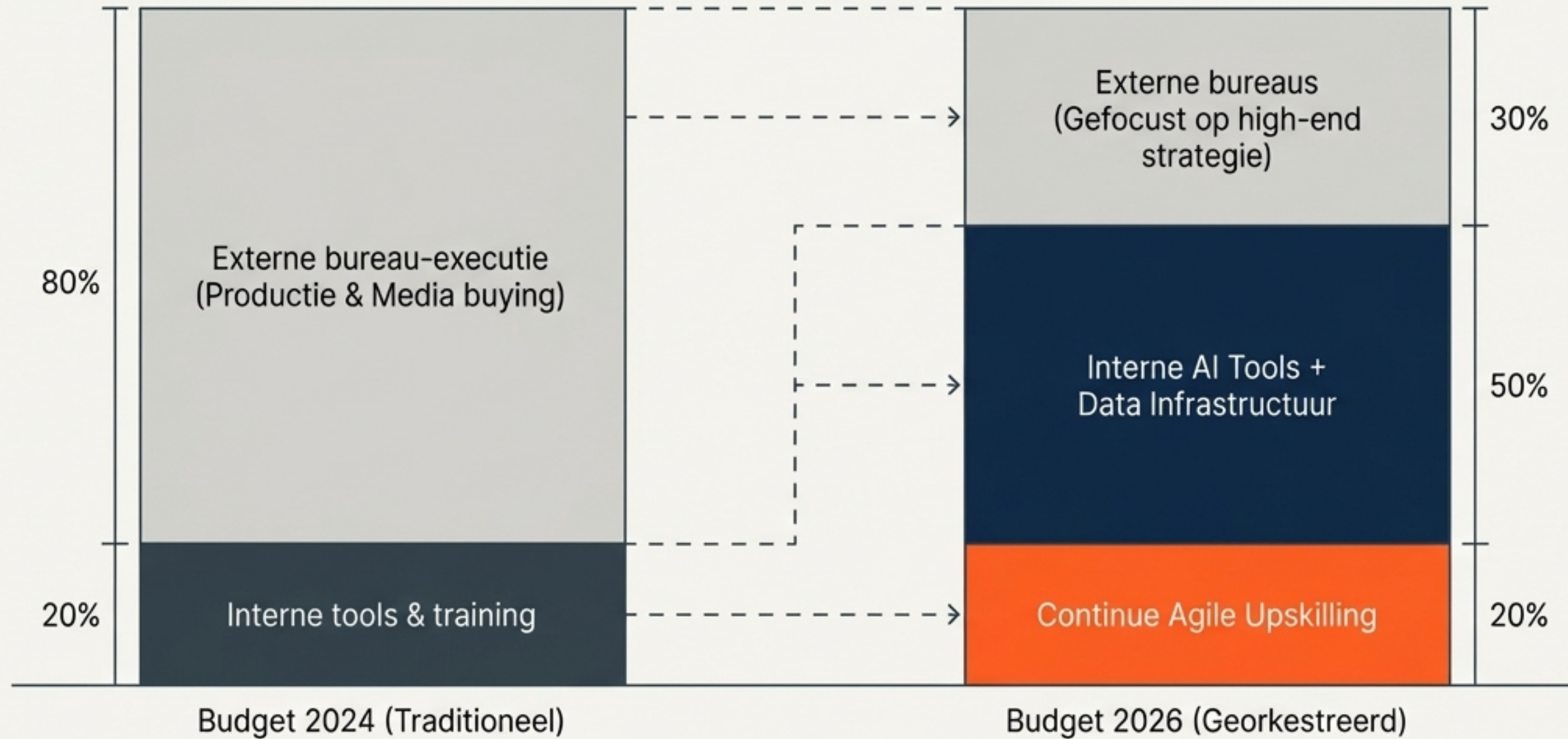


- AI-tool adoptiegraad binnen het team.



- Aantal succesvol afgeronde 'Squad Sprints' (teams van 8).

Budget Richtlijnen: Hoe efficiëntiewinst de transformatie financiert.



De transformatie is budget-neutraal; de verschuiving van pure executie naar AI-orkestratie maakt budget vrij voor data en talentontwikkeling.

Samenvatting: 5 Key Takeaways voor de CMO.

1

Transformatie is nu: 97% van de CEO's eist het. Inactie is geen optie.

2

Omarm de Orchestrator-rol: Evolueer van geïsoleerde specialisten naar regisseurs van AI en data.

3

Train in squads van 8: Vervang theorie door praktijkgerichte sprints gekoppeld aan live campagnes.

4

Praat de taal van de CFO: Verschuif van vanity metrics naar harde groei en pijplijn-contributie.

5

Start klein, schaal snel: Gebruik first-party data als brandstof en schaal op basis van bewezen ROI.

Actieplan: Jouw volgende 3 stappen voor maandagochtend.

