

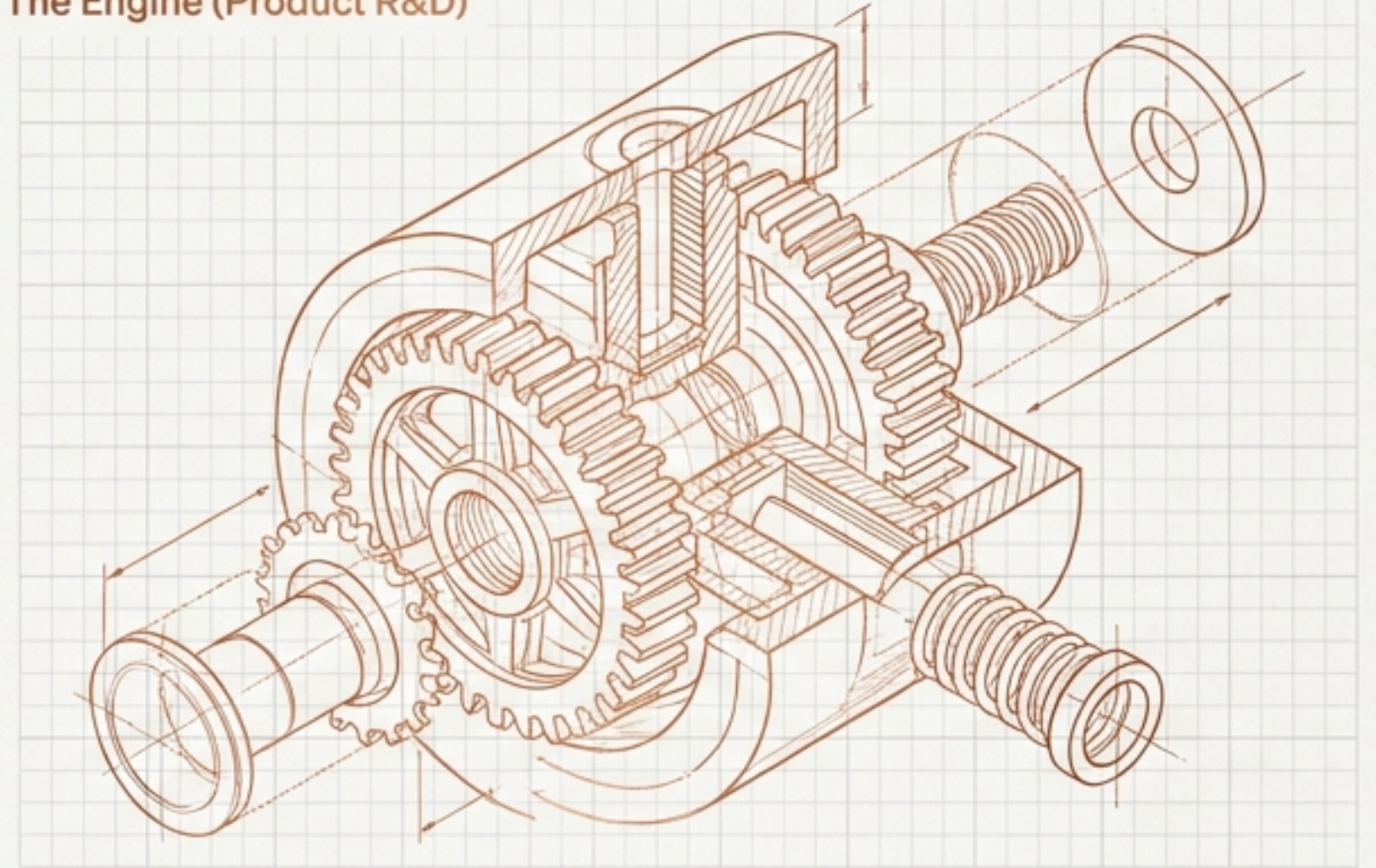
Van AI-Experimenten naar AI-Native Product Innovation

Waarom Nederlandse merken nu moeten transformeren van AI als marketing-gimmick naar AI als de core R&D engine. Een playbook voor senior marketeers en CMO's.

The Paint Job (Marketing)

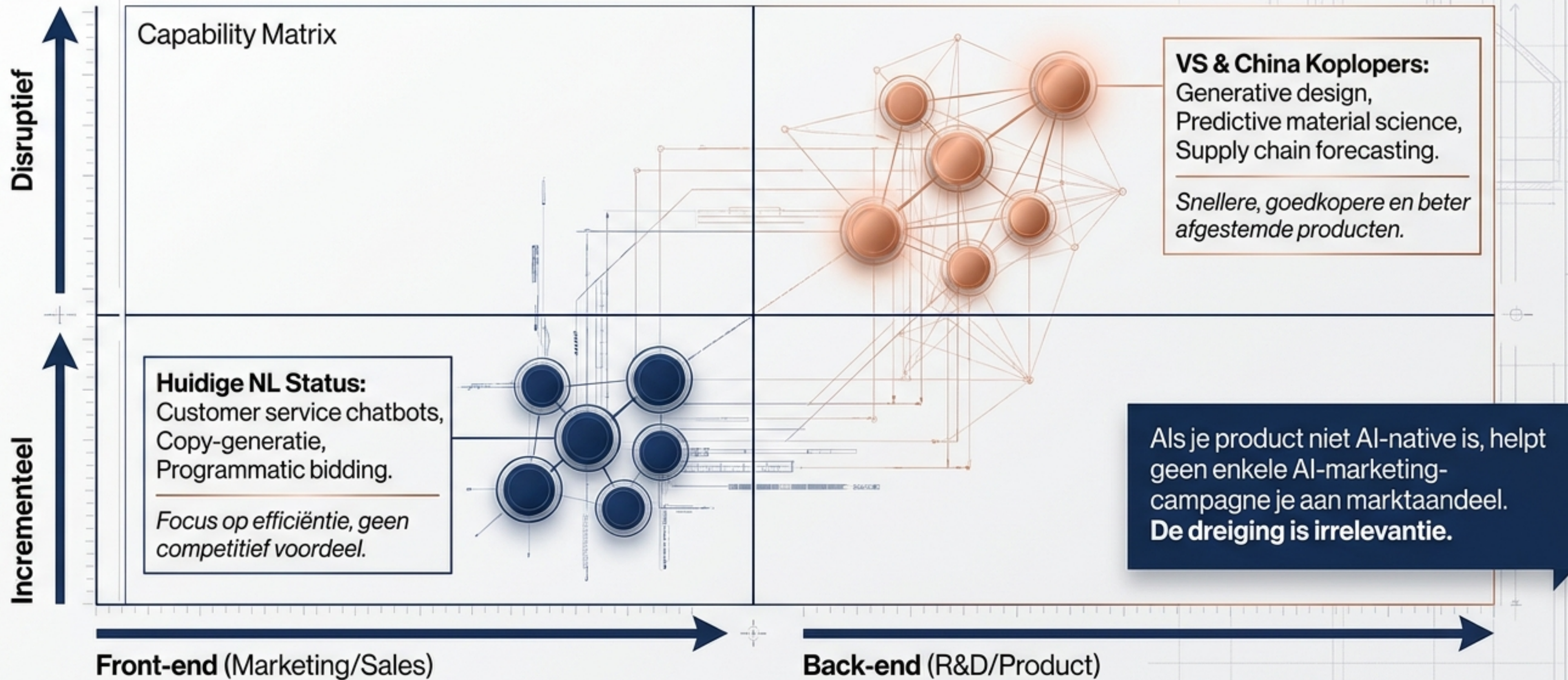


The Engine (Product R&D)



Merken die AI louter in de front-end inzetten, verliezen op de lange termijn hun right to win.

Concurrentie pakt de kern aan, terwijl Nederland optimaliseert aan de oppervlakte



De radicale pivot van Allbirds bewijst dat AI-washing merkwaarde vernietigt

Het Verleden: Merkwaarde



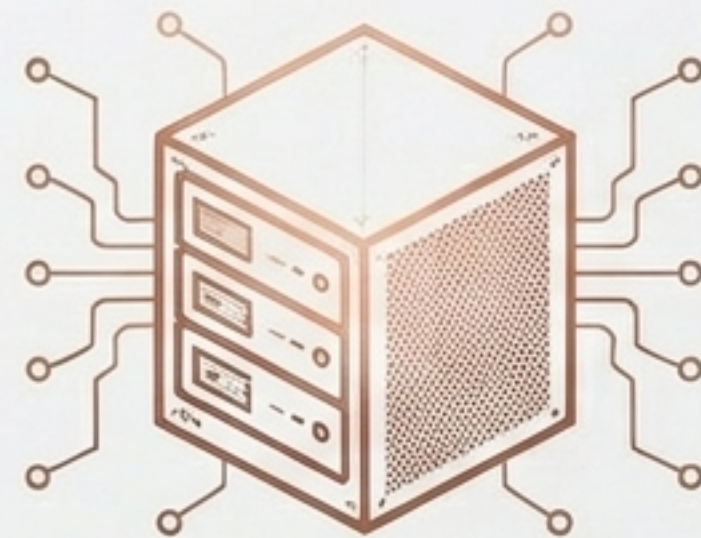
De duurzame wollen sneaker. Focus op emotie en merkwaarden (\$4 miljard piekwaardering).

De Pivot: Verkoop



Schoenendivisie en merkrechten verkocht voor slechts \$39 miljoen.

De Hype: AI-Washing



Rebranding naar 'NewBird AI', een GPU-provider. Aandeel stijgt 373%, maar absolute destructie van merkhistorie en consumentenloyaliteit.

“Een AI shopping agent zal je product van binnen en buiten kennen; briljante advertising zal niet opwegen tegen de intrinsieke waarde.” - **Yann Bozec**

“Haal alle verwijzingen naar AI uit de marketing en vraag je af: waarom koop ik dit? AI is een onderdeel van het motorblok, geen sausje.” - **Ryan Steelberg**

Nederlandse koplopers verschuiven innovatiebudgetten al naar AI-gestuurde R&D

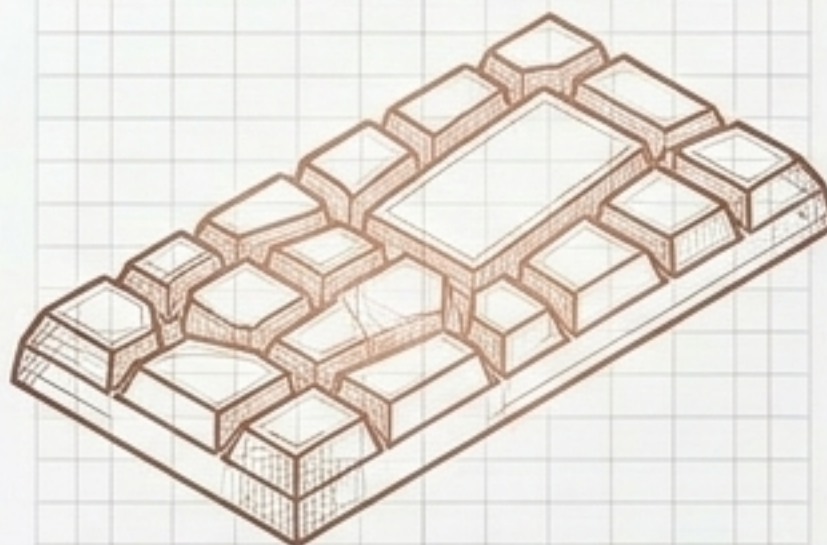
Rituals



Focus: AI-gepersonaliseerde geurprofielen en ingrediënt-optimalisatie via biometrische data.

Resultaat: Hyper-personalisatie op schaal en versnelde productlijnen.

Tony's Chocolonely



Focus: Predictive analytics in de supply chain voor boer-tot-reep traceerbaarheid.

Resultaat: Verifieerbare productclaims en inkoop efficiëntie.

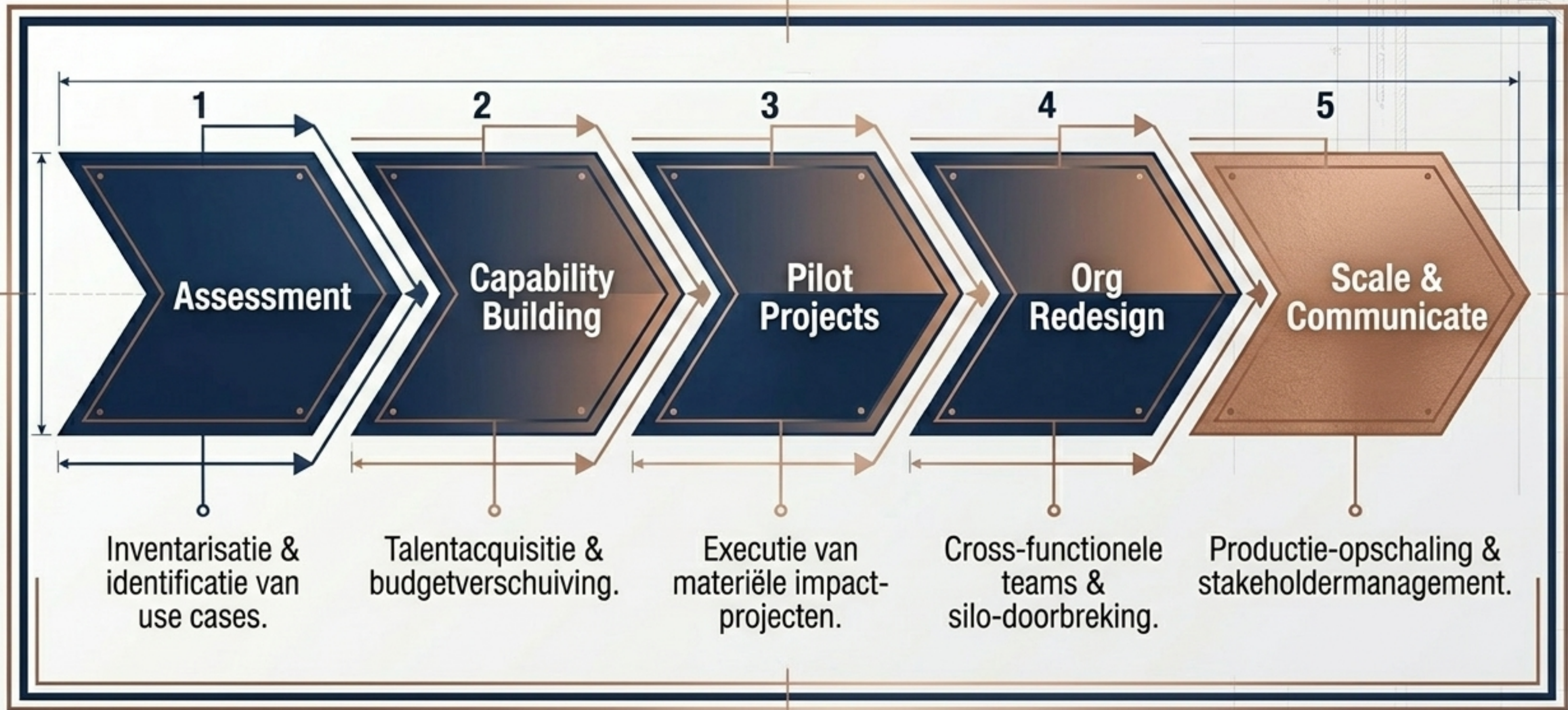
HEMA



Focus: Predictive assortment; AI bepaalt maatvoering, kleuren en hyperlokale voorraad.

Resultaat: Significante reductie overstock en snellere time-to-market.

Een gestructureerde methodiek om R&D en marketing te fuseren tot innovatiemachine

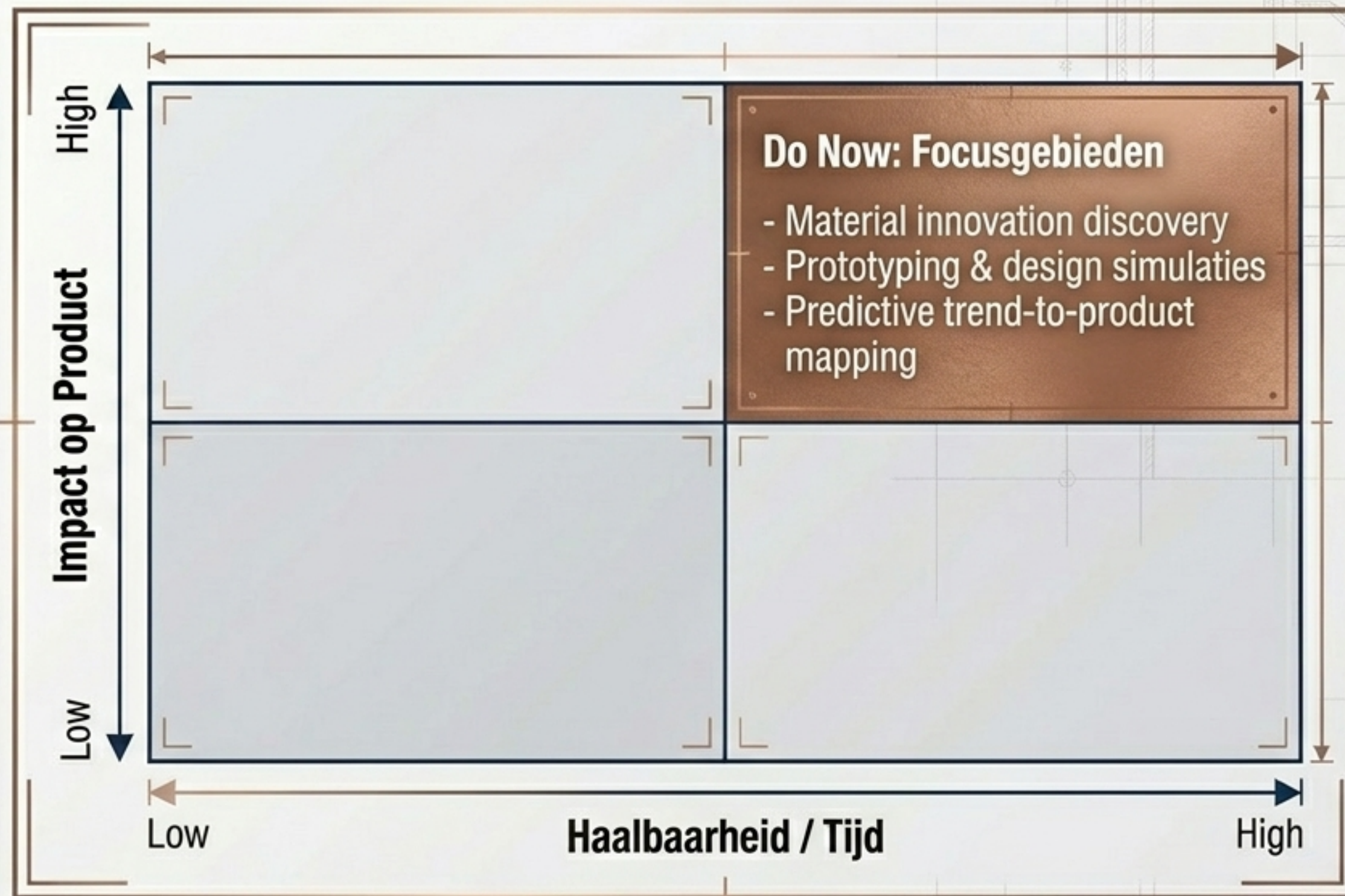


Stap 1: Breng het productontwikkelingsproces in kaart en eis stevige ROI

De Actie:

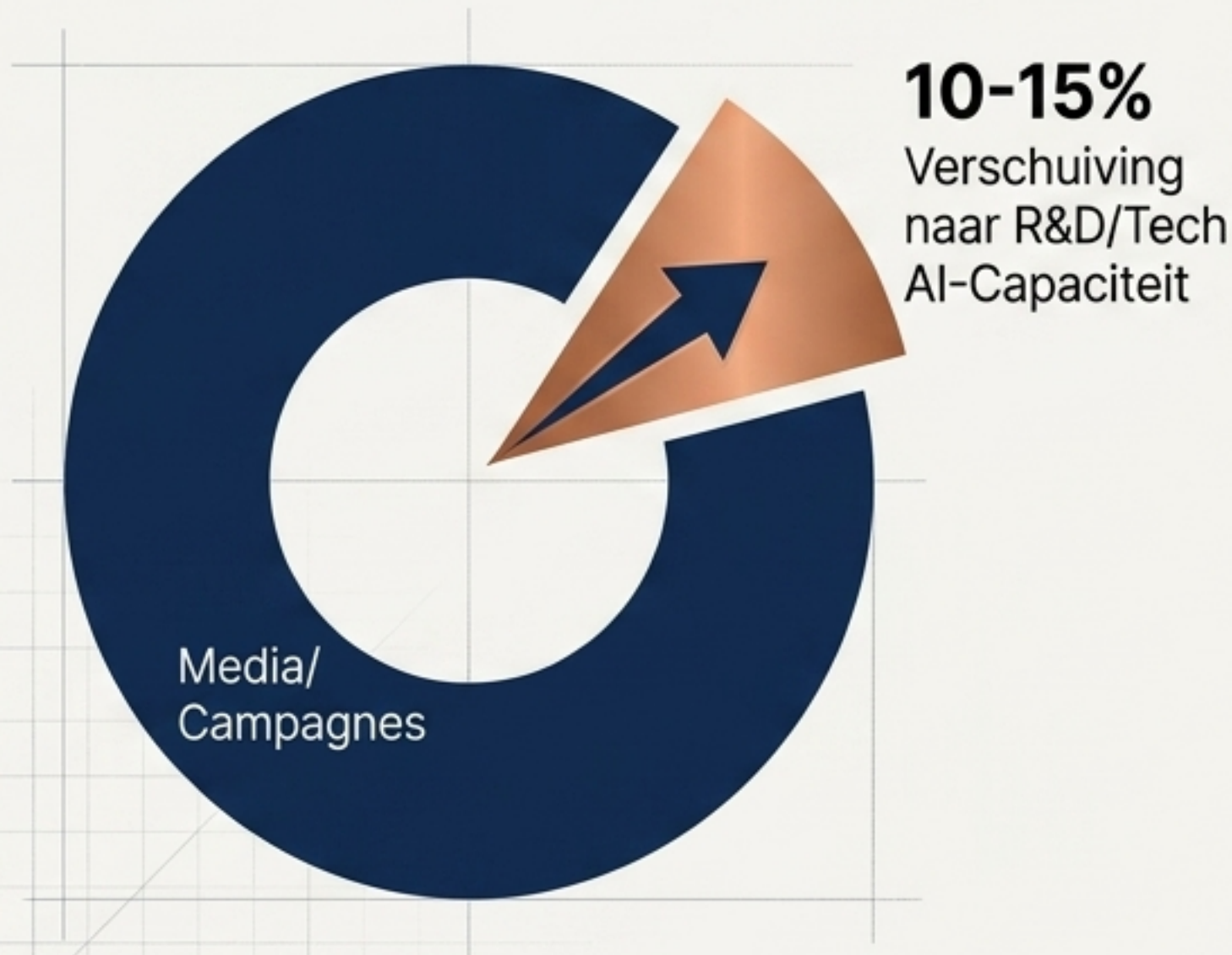
- Voer een zero-based review uit van het huidige R&D proces.
- Stop direct met incrementele tools zonder harde business case.

Harde KPI: Aantal geïdentificeerde R&D use cases met een verwachte ROI van >200%.

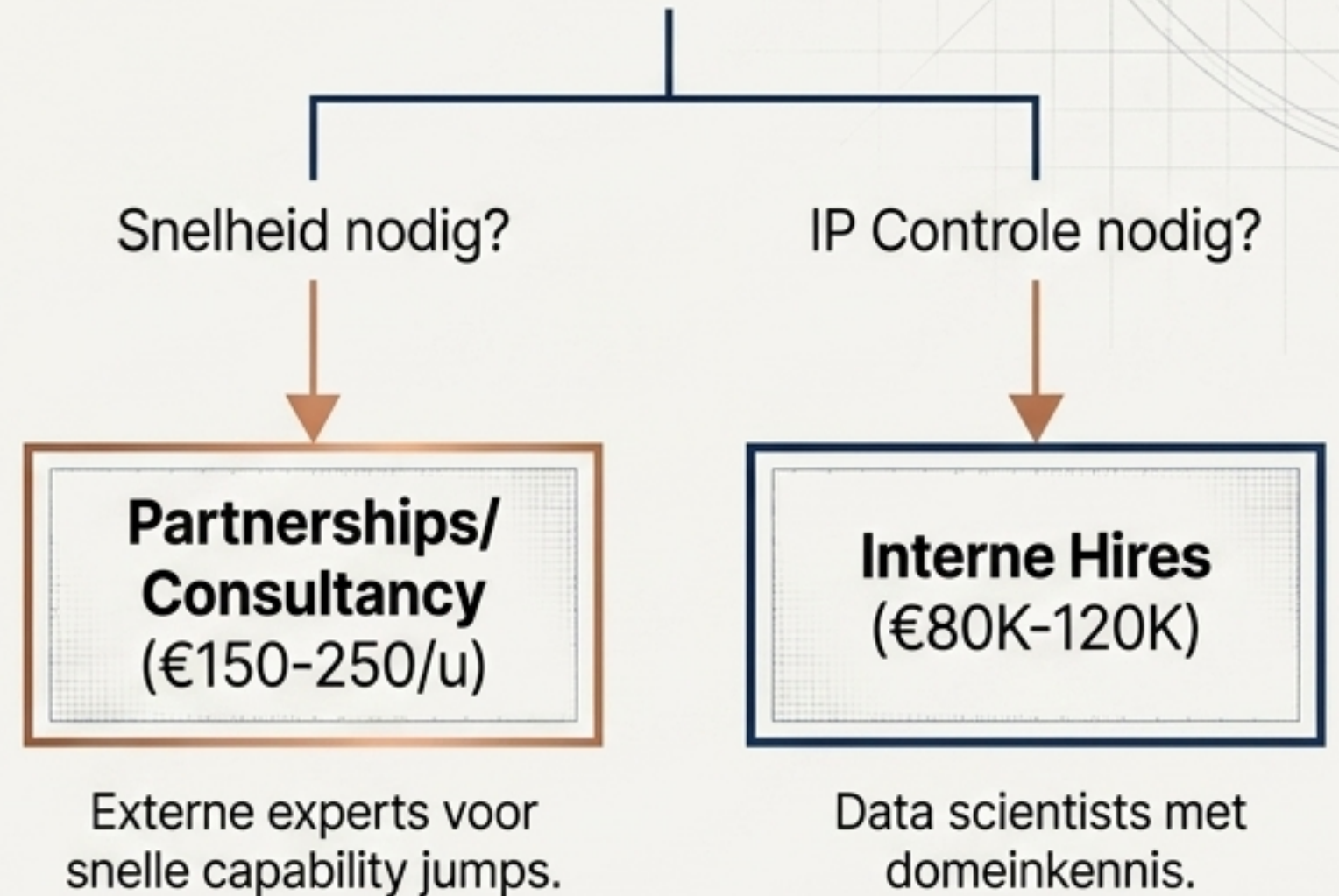


Stap 2: Verschuif innovatiebudgetten naar AI-capaciteit en verander het DNA

Huidig Budget

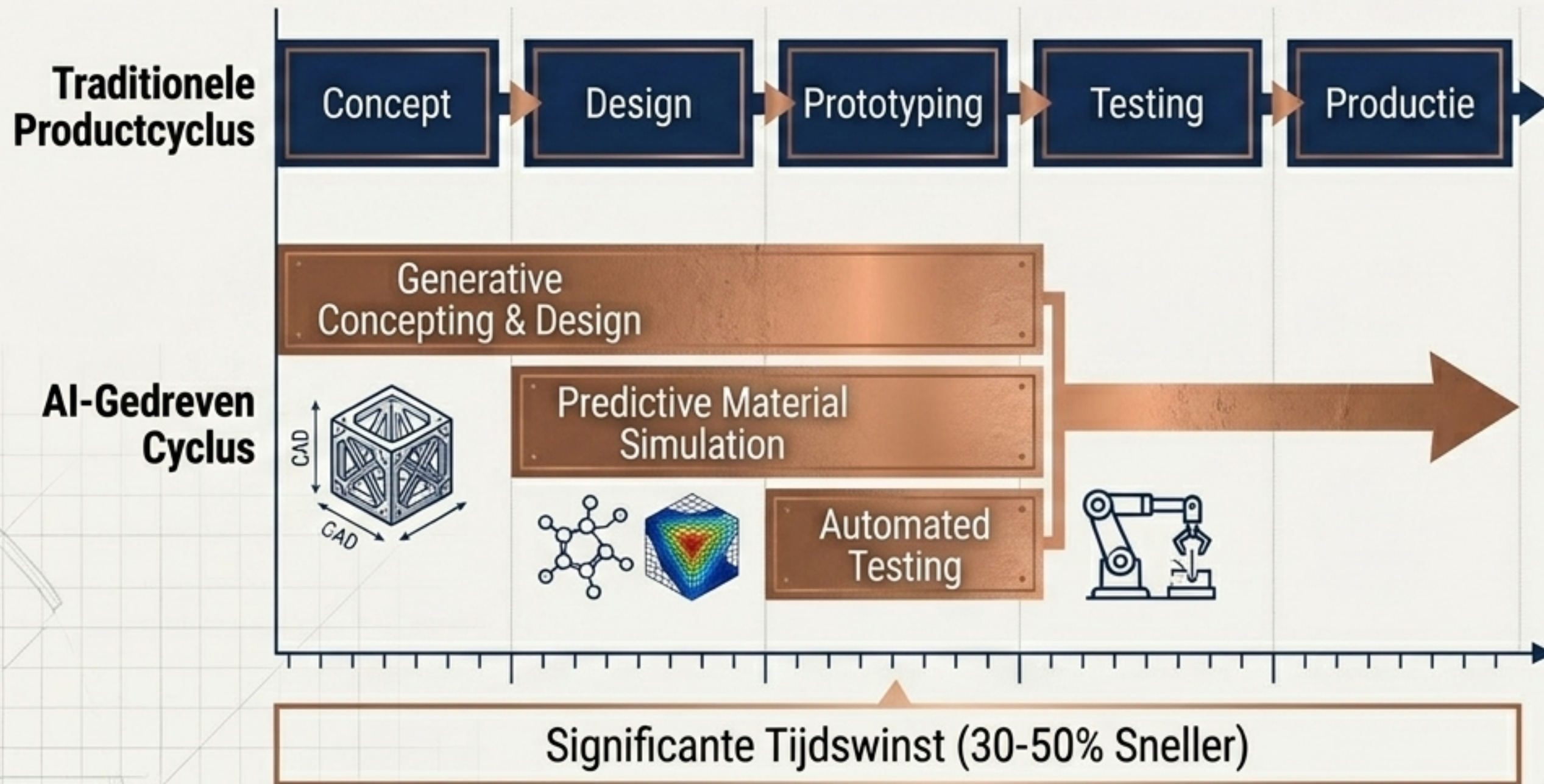


Talent Strategie



KPI 1: % Budget verschoven naar AI-R&D. | **KPI 2:** Time-to-hire voor cruciaal AI-talent (doel: <60 dagen).

Stap 3: Bewijs de waarde via projecten met materiële impact op de kern



Selectiecriteria voor Pilots:

- Materiaal, niet incrementeel.
- Direct meetbare impact op marge, snelheid of kwaliteit.

Top Use Cases:

- AI-gedreven materiaalsamenstellingen.
- Generative design voor afvalreductie.
- Predictive inventory per filiaal.

Harde KPI: Productontwikkelingscyclus tijdreductie van **>30%**.

Stap 4: Innovatie stagneert op afdelingsgrenzen en vereist AI Product Teams

Het Probleem:

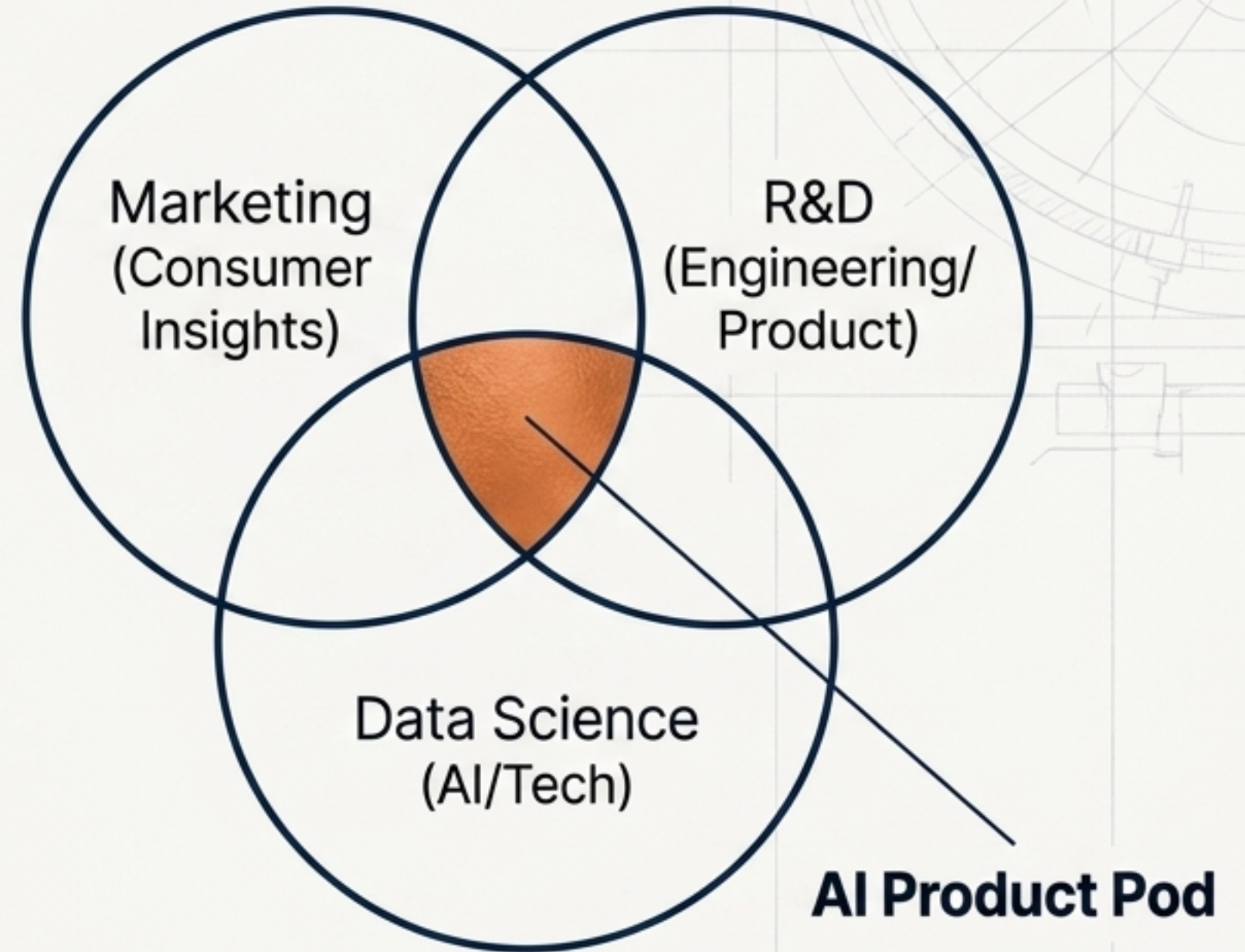
Marketing bezit de klantdata, R&D ontwerpt het product, IT beheert de tools. Geïsoleerd falen ze.

De Oplossing:

Vorm gezamenlijke pods. Eigenaarschap ligt bij een multidisciplinaire stuurgroep.

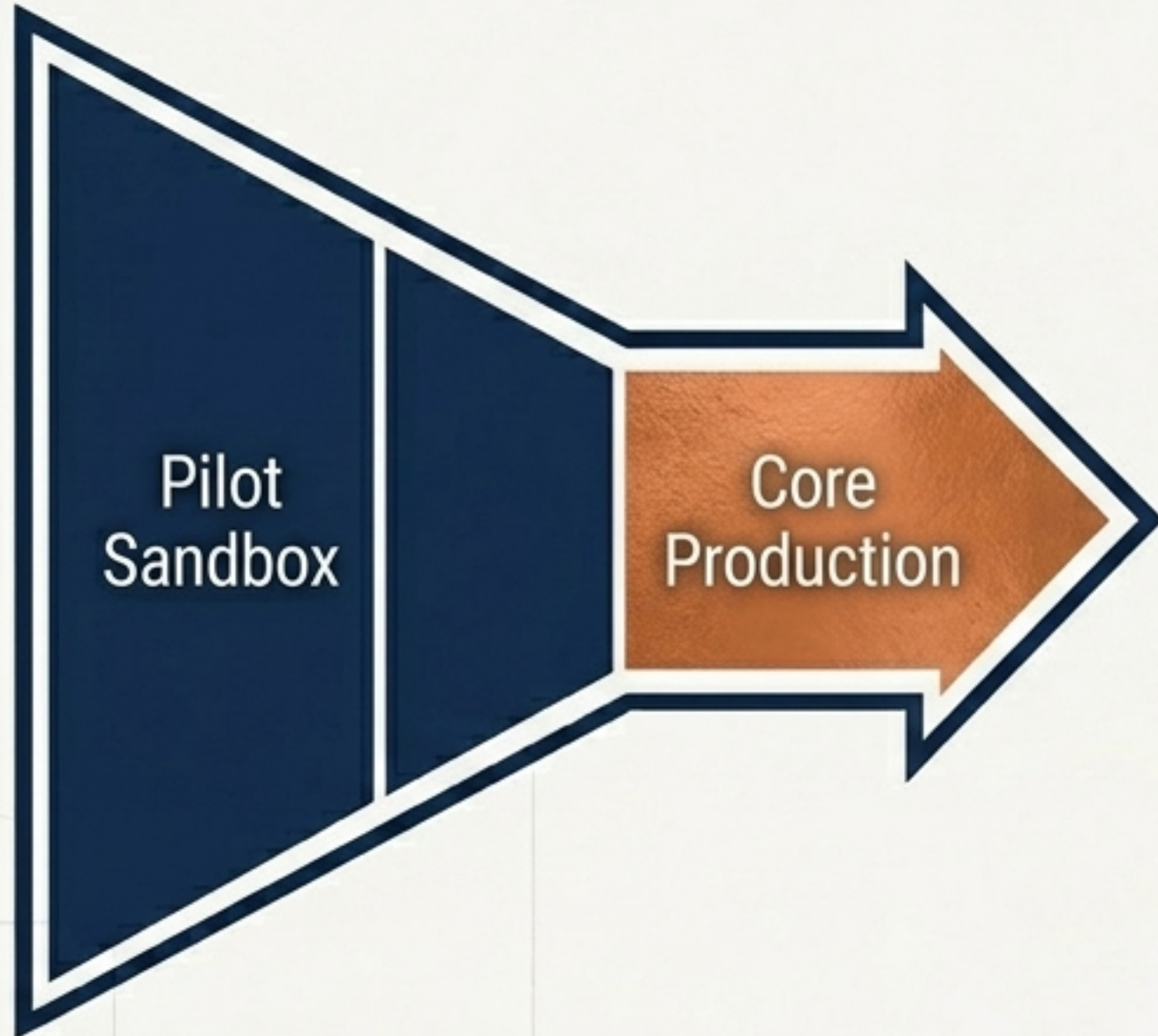
Nieuw Mandaat:

Evolueer als CMO van Chief Storyteller naar Co-Chief Innovator.



KPI: Collaboration score (interne NPS) & Project velocity.

Stap 5: Breng innovatie naar de markt en communiceer superieure waarde



Doelgroep	Strategische Boodschap
Klanten	Communiqueer uitkomst (beter, duurzamer), noem AI slechts als secundair proof-point.
Talent	Positioneer AI als core-capability en technologische differentiator.
Investeerders	Focus op marge-uitbreiding en schaalbaarheid door AI.

Brand Rule: Herpositioneer je merk rondom de **superieure waarde** die technologie levert, niet rondom de technologie zelf.

KPI's: Brand perception shift (innovatief vs. trendvolgend); Talent acquisition succes.

Voorkom veelgemaakte fouten in de bestuurskamer tijdens de AI-transformatie

Valkuilen (Don'ts)



AI-Washing: Marketingclaims maken zonder dat het 'motorblok' verandert (gevaar: verlies geloofwaardigheid).



Te Snel Schalen: Brede uitrol zonder 100% gevalideerde Proof of Concept.



Compliance Negeren: Publieke AI-modellen voeden met proprietary klantdata of IP (AVG-risico's).

Best Practices (Do's)



Change Management: Investeer zwaar in het meekrijgen van traditionele R&D-puristen.

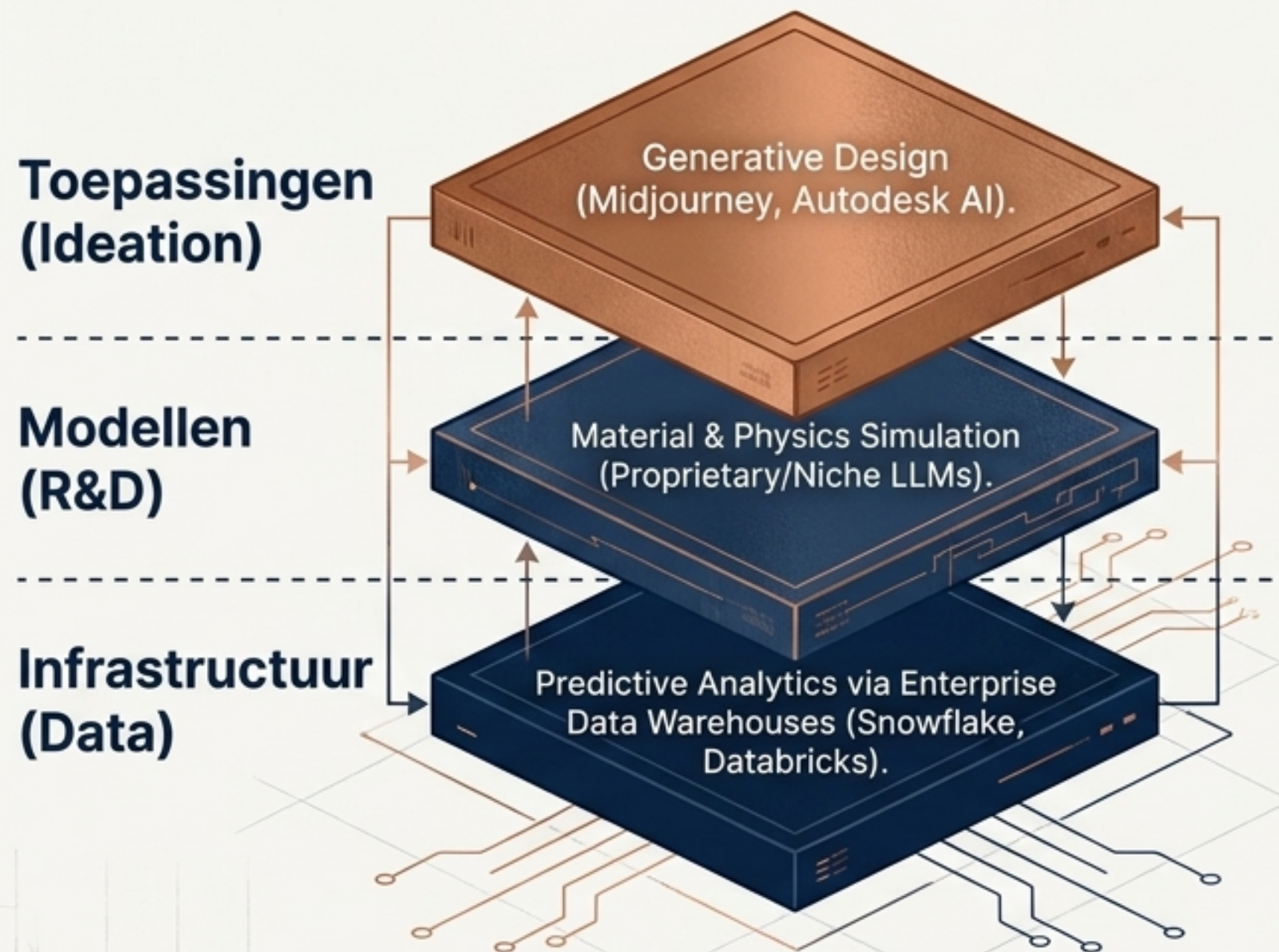


Start Klein, Denk Groot: Isoleer specifieke frictiepunten in het R&D-proces.



Governance: Eis enterprise-grade AI-infrastructuur vanaf dag één.

De technologie-stack en investeringsrichtlijnen voor de eerste twaalf maanden



Budget Indicatie (Pilot Fase: €150K - €500K)

15%	Assessment & Strategie (Consultancy)
25%	Licenties & Rekenkracht (Cloud/SaaS)
60%	Team & Executie (Interne uren, inhuur, prototyping)

Vuistregel: Bouw de kern-IP (modellen op eigen data), koop de commodity (generieke tools).

De routekaart en het executive dashboard om de transitie meetbaar te sturen

Roadmap Gantt



KPI Dashboard

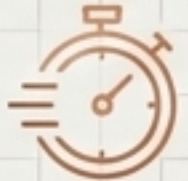


Vijf fundamentele principes voor toekomstbestendige merken



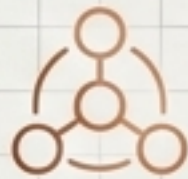
1. AI is the Engine

Geen marketingtool meer, maar de primaire product differentiator.



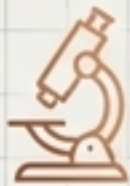
2. Early Mover Advantage

Koplopers bouwen nu een onoverbrugbare voorsprong op in data en talent.



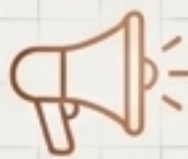
3. Organisatie > Technologie

Succes vereist afdelingsoverstijgende integratie, niet louter het kopen van software.



4. Start Klein, Denk Groot

Beperk risico via afgebakende pilots met de eis van >30% impact.



5. Perceptie Volgt Product

Communiceer superieure klantwaarde, geen AI-buzzwords.

Drie concrete stappen die je aanstaande maandag moet initiëren

Binnen 2 weken

Organiseer een AI Innovation Workshop.
Breng R&D, Marketing en Data fysiek samen voor een strategische reality-check.

Binnen 4 weken

Start Opportunity Mapping.
Identificeer 3 concrete product use cases met een harde business case.

Binnen 6 weken

Alloceer Budget.
Verschuif middelen (€150k+) en formaliseer het mandaat voor een pilottraject van 6 maanden.

“**De markt beloont fundamentele innovatie, geen hippe labels. Tijd om te bouwen.**”