

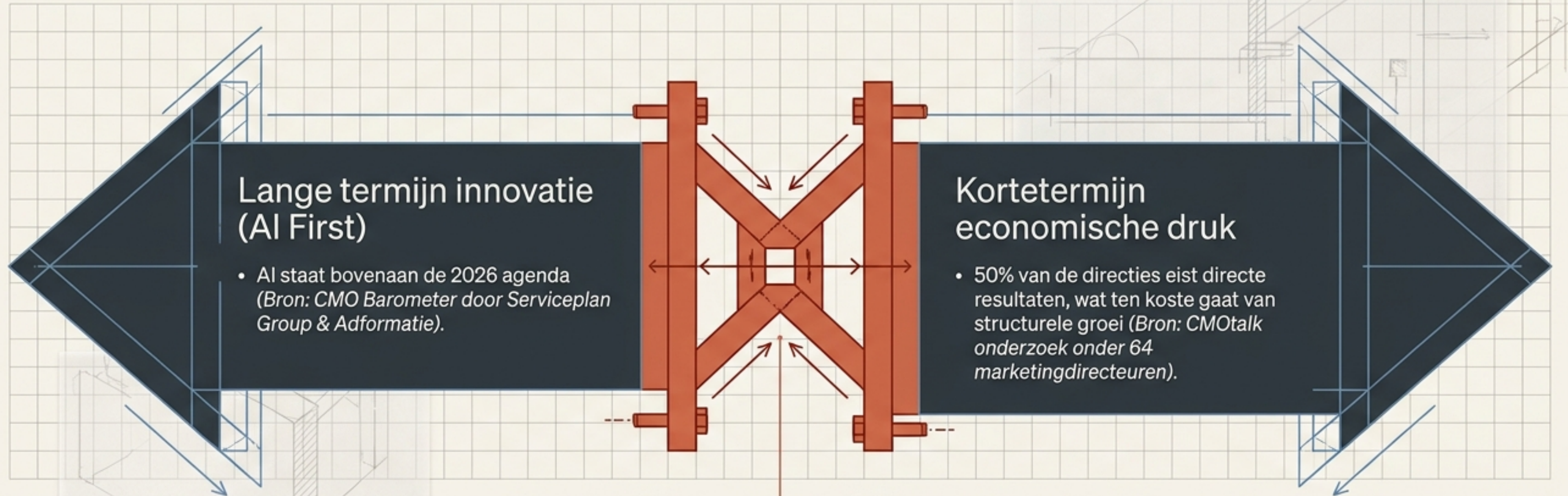
# Van Angst naar Leiderschap in het AI-Tijdperk

Het Playbook voor Nederlandse  
Marketingdirecteuren (Editie 2026)

**De Paradox:** De CMO die AI negeert, wordt vervangen. De CMO die zijn operationele rol overbodig maakt met AI, wordt onmisbaar in de boardroom.

Gebaseerd op de visie van top-CMO's zoals  
Mark Appel (ex-Sendcloud, CM.com)

# Nederlandse CMO's zitten klem tussen innovatiedrang en kortetermijndruk



De spanning tussen kosten en kwaliteit is onhoudbaar geworden. Generatieve AI is niet langer een tactische tool, maar het enige antwoord op dit structurele capaciteitsprobleem.

# Het verschil tussen leuk meedoen en structureel transformeren

Tactical AI (De Executor)	Strategic AI (De Orchestrator)
Losse tools inzetten (bijv. ChatGPT voor een tekstje)	End-to-end geautomatiseerde workflows
Mens start, AI assisteert handmatig	AI voert always-on uit, mens stuurt strategisch bij
Uren factureren voor productie en executie	Sparringpartner voor data-architectuur en transformatie

“We zien de toekomst als een zeer intelligente ad agency die vrijwel het gehele performance traject kan automatiseren.” Jeffrey Katzenberg (WndrCo)

# Het 3-Fase Framework naar Operationele Onafhankelijkheid



## Fase 1: Experiment

*Week 1-4*

- Focus: Quick Wins & Adoptie
- Regel: Nul extra budget

## Fase 2: Scale

*Maand 2-3*

- Focus: Procesautomatisering & Integratie
- Regel: Upskilling van het team

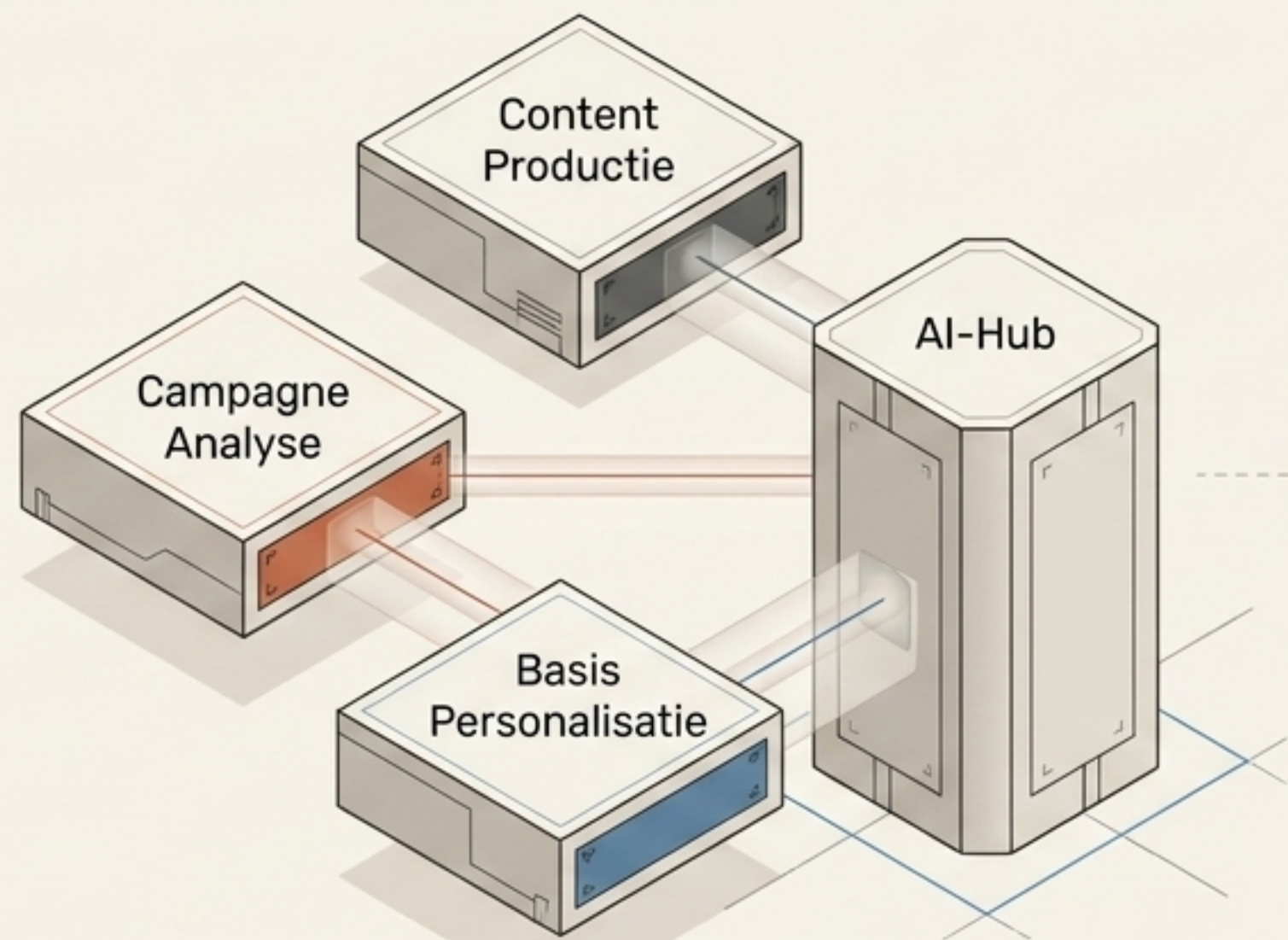
## Fase 3: Transform

*Maand 4-6*

- Focus: Autonome campagnes
- Regel: Predictive strategy

# Fase 1 is ontworpen voor directe tractie zonder extra budget

Tijdlijn: Week 1-4



Tactiek: Isoleer repetitief handwerk. Gebruik bestaande licenties efficiënter in plaats van nieuwe platformen te kopen.

**+40%**

Tijdsbesparing op repetitieve taken.

**+25%**

Output content volume (met behoud van kwaliteit).

**€0**

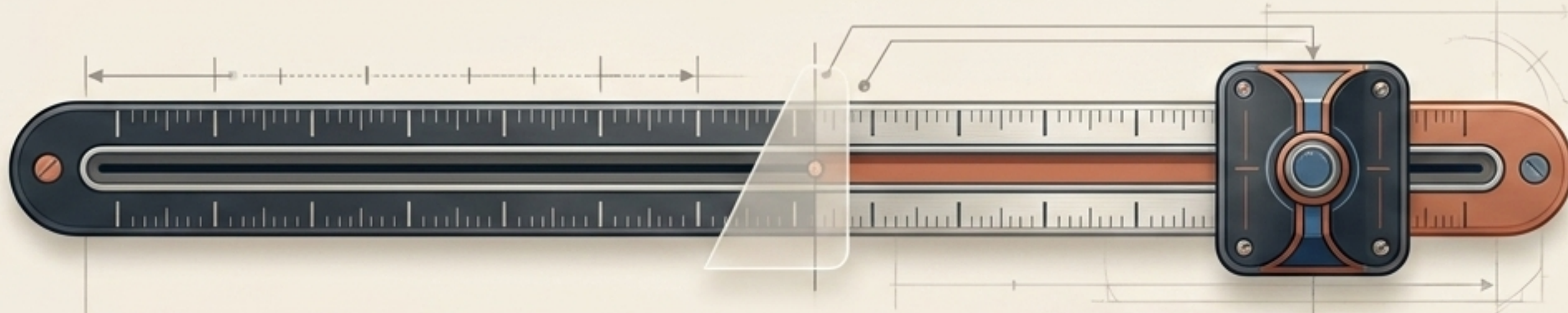
Kosten (volledig kostenneutraal).

Inzicht: Het doel is niet perfectie, maar het creëren van initiële adoptie en het wegnemen van koudwatervrees bij de uitvoerende marketeers.

# Fase 2 verschuift de menselijke waarde van creatie naar orkestratie

Tijdlijn: Maand 2-3

Executor  
(Maker)



Orchestrator  
(Regisseur)

**Proces Shift:** Van losse prompts naar verbonden workflows  
(API-integraties tussen CRM en AI-generatoren).

## Oude Skillset

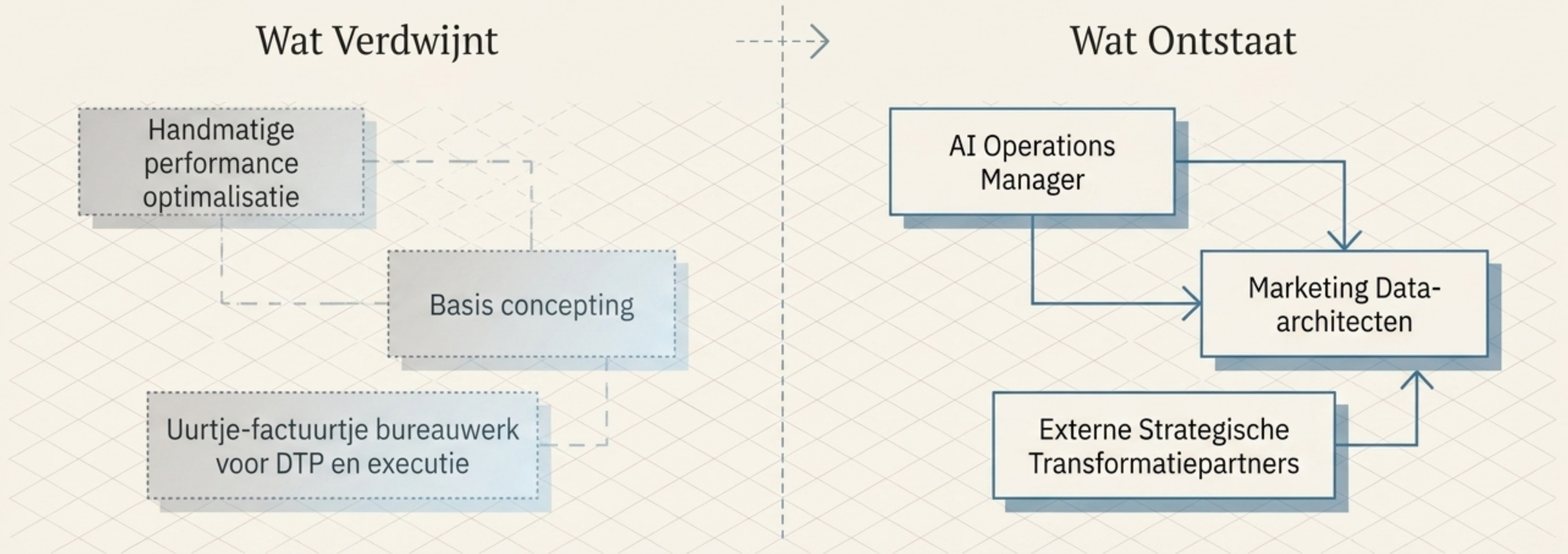
- Briefings schrijven
- Pixels pushen
- Handmatige A/B tests opzetten

## Nieuwe Skillset

- Prompts engineeren
- Data-kwaliteit borgen
- Ethiek en merkbewaking

Principe: De marketeer wordt de procesbewaker in plaats van de uitvoerder.

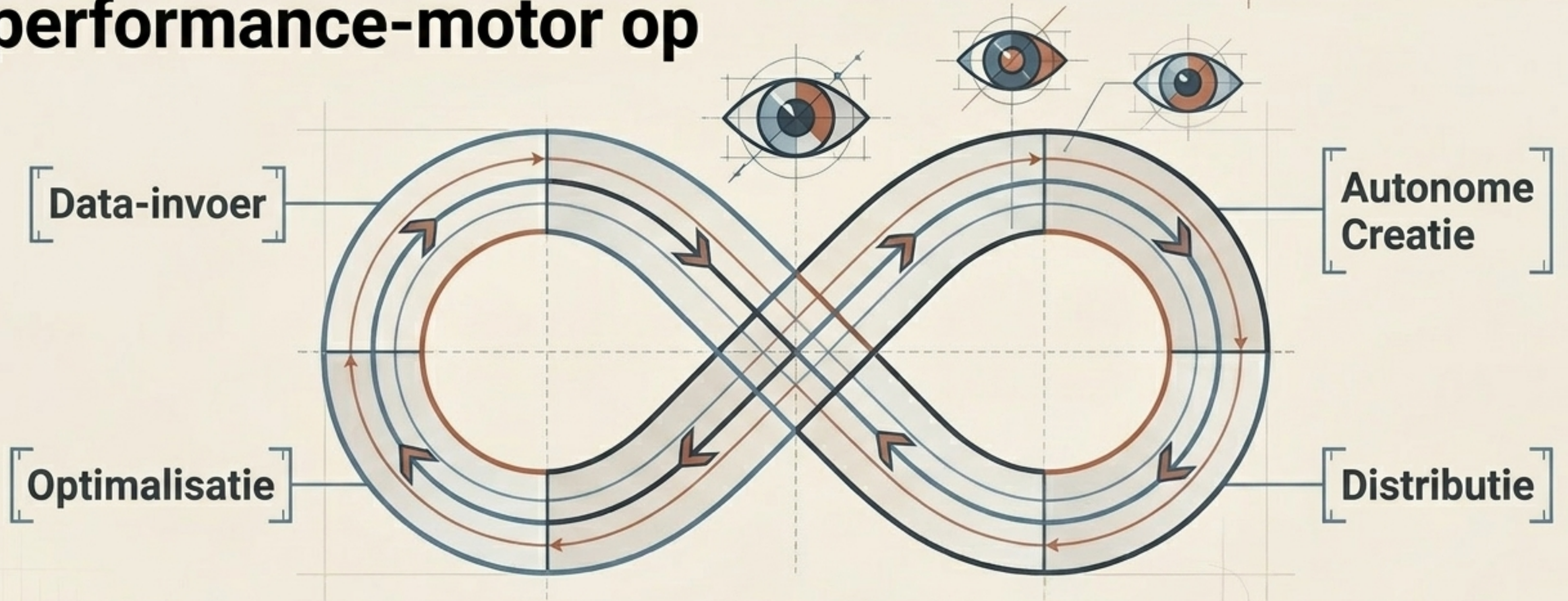
# Hoe het marketing-ecosysteem fundamenteel hertekend wordt



Waarschuwing: Reclamebureaus die vasthouden aan productie-uren maken zichzelf overbodig.  
Eis van uw externe partners een AI-first propositie gericht op begeleiding en visie.

# Fase 3 levert een autonome performance-motor op

Tijdslijn: Maand 4-6

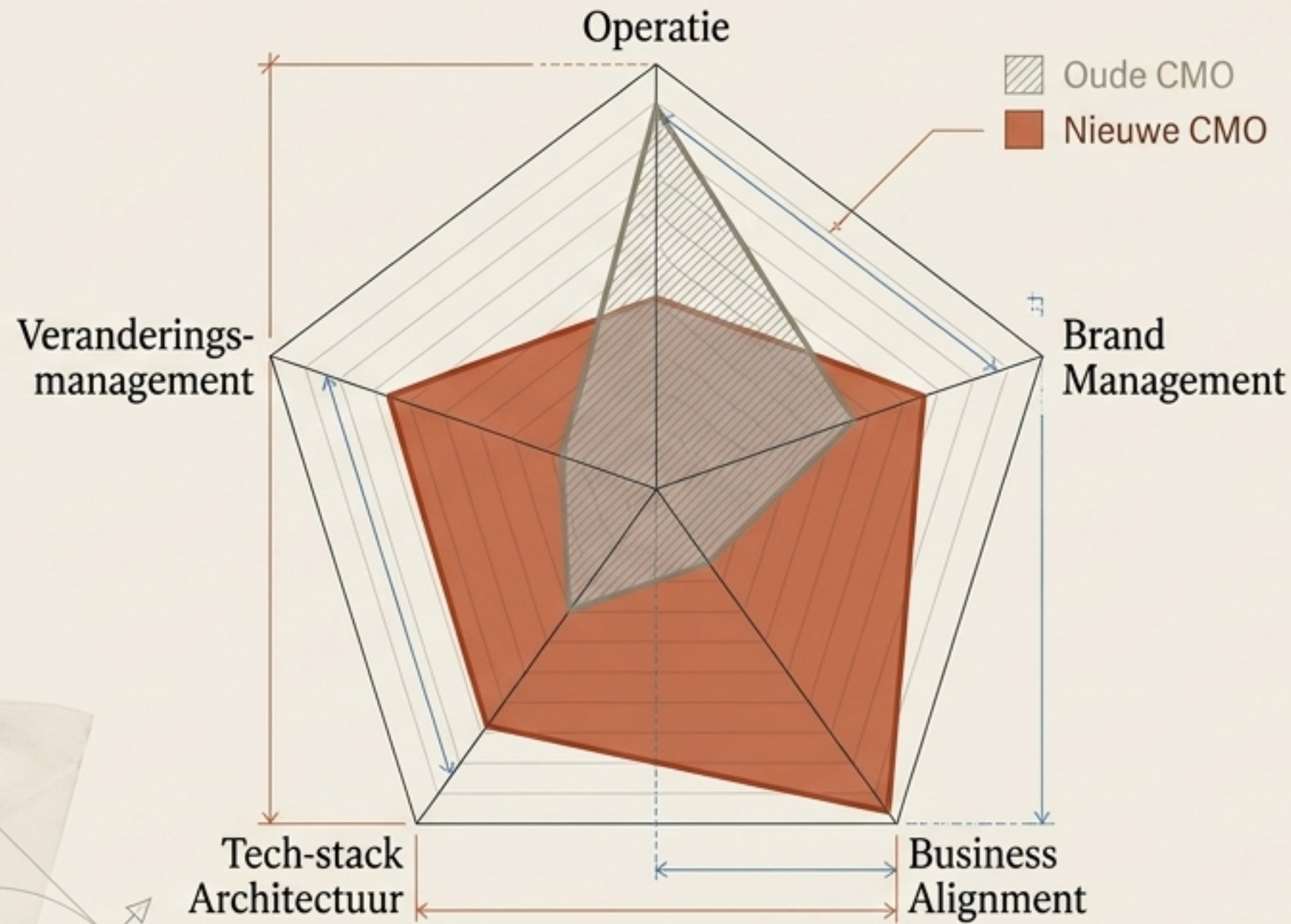


**Systeemstatus:** Predictive strategy & Autonomous campaigns zijn always-on. Het systeem leert sneller dan een mens kan typen.

## 100% Focus Op:

- Strategisch design
- Merk-messaging en positionering
- Menselijke intuïtie en fundamentele businessgroei

# De operationele manager sterft, de strategische leider ontwaakt

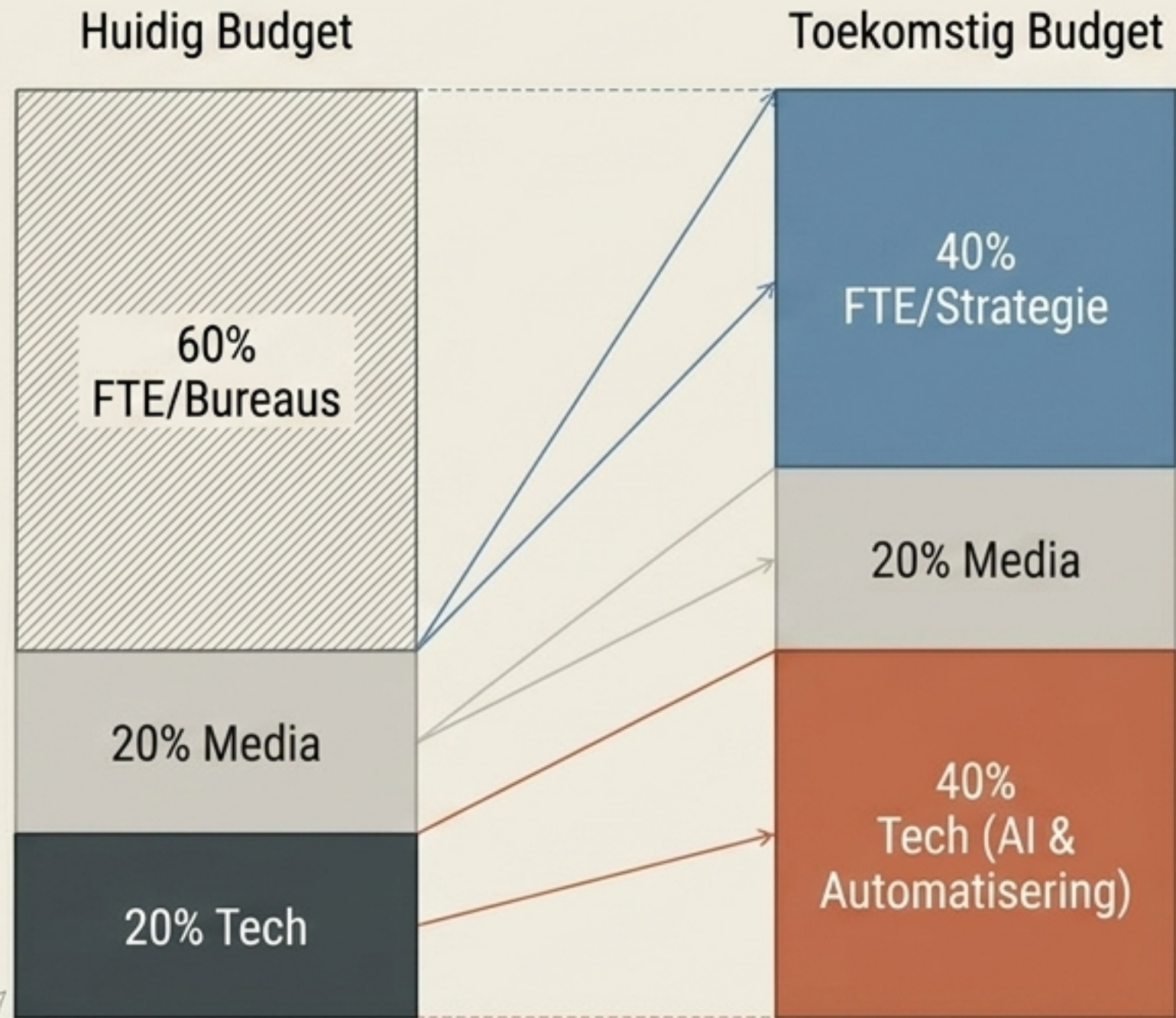


De Reframing: U maakt de uitvoerder in uzelf bewust overbodig, om de leider de ruimte te geven.

## Het Nieuwe Mandaat

1. Visie & Kwaliteitscontrole: Het bewaken van de output van de machine.
2. Boardroom Alignment: Marketing naadloos koppelen aan de bottom-line van de organisatie.
3. Tech-Regie: Het bouwen van de architectuur in plaats van het bedienen van de knoppen.

# Kapitaal verschuift van manuren naar infrastructuur en ideeën



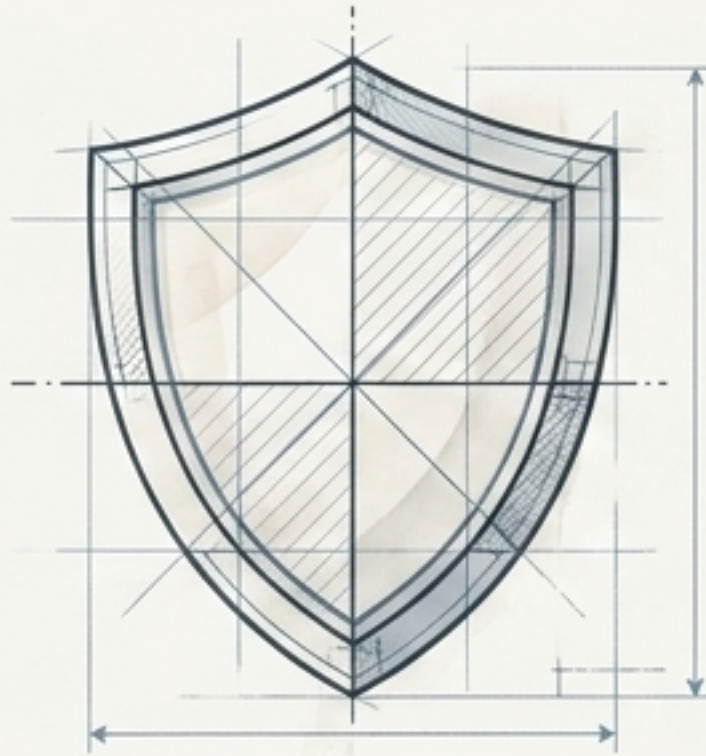
## Inzicht:

De shift gaat niet over blind snijden, maar over herverdelen. Investeer in ideeën en infrastructuur, niet in handmatige executie.

## Data Proof:

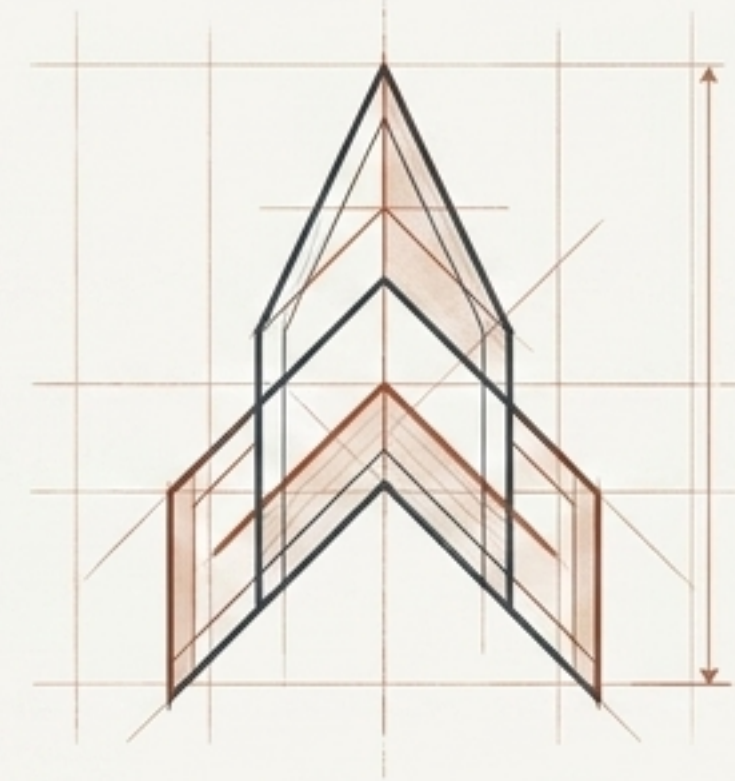
Onderzoek van Clear Channel & SuperHeroes bewijst dat de meest creatieve campagnes een 3,5x hogere ROI opleveren. De AI-besparing op productie financiert deze creatieve topkwaliteit.

# Weerstand doorbreken in de boardroom én op de vloer



## De Boardroom (CFO/CEO)

Verkoop AI nóóit als een marketing speeltje of hippe tool. Positioneer het uitsluitend als een marge-vergroter en efficiëntie-motor die de headcount-groei afvlakt.



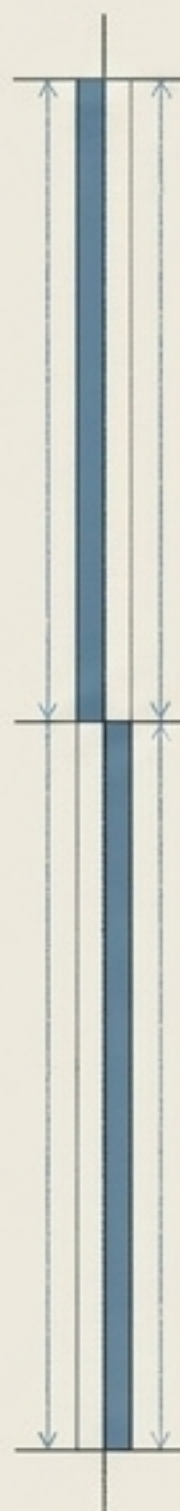
## Het Team (Marketeers)

Neem de existentiële angst weg. Positioneer AI als de onvermoeibare, briljante stagiair die al het saaie werk doet. AI steelt geen banen, het geeft de marketeer zijn oorspronkelijke creatieve vak terug.

# De 8 fatale valkuilen voor Nederlandse AI-implementaties

## Don'ts (Vermijden)

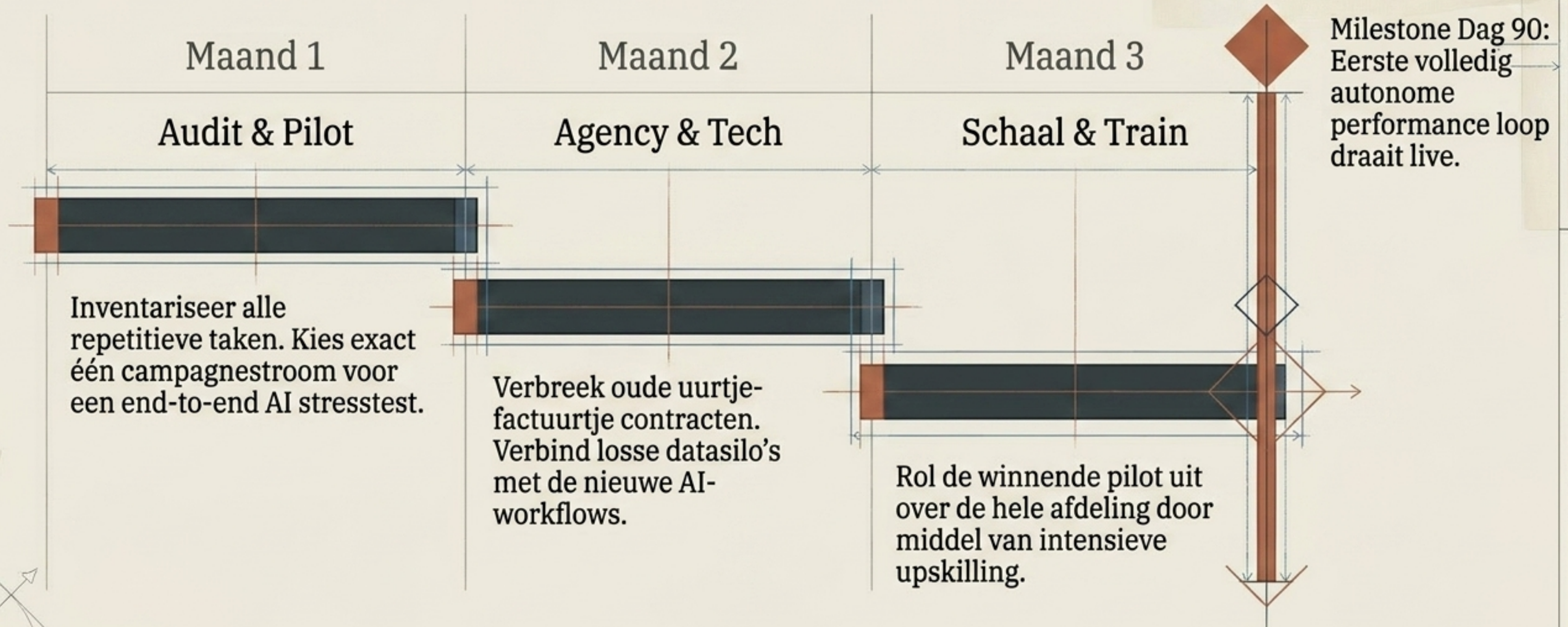
- ✘ Denken in losse tools in plaats van aaneengesloten processen.
- ✘ Externe bureaus blijven betalen voor handmatige DTP en executie.
- ✘ Wachten op de perfecte dataset om te kunnen starten.
- ✘ De AI-implementatie volledig over de schutting gooien bij IT.



## Do's (Uitvoeren)

- ✓ Begin extreem klein (isoleer één pijnpunt), en schaal daarna hard.
- ✓ Herzie direct alle lopende bureau-pitches op hun AI-capaciteit.
- ✓ Bescherm vrijgekomen budget voor menselijke creativiteit en intuïtie.
- ✓ Train de gehele afdeling als orchestrators, vertrouw niet op één AI-expert.

# Jouw 90-Dagen Executie Roadmap



# Het ROI Dashboard voor je volgende kwartaalmeeting

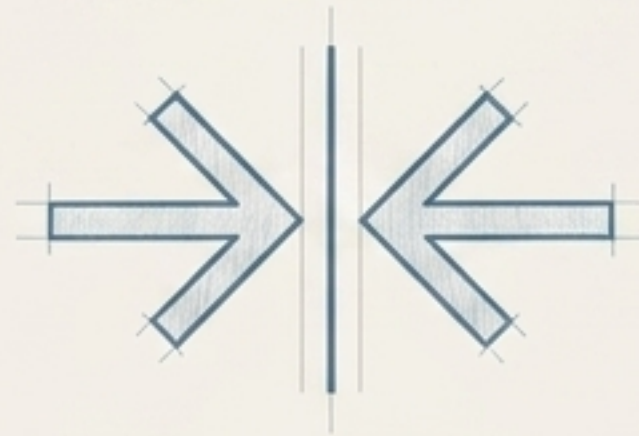
Cost per Asset (CPA)



**-60%**

Verwachte daling door geautomatiseerde, in-house AI creatie.

Time-to-Market



**Weken → Uren**

Van wekenlange briefings naar dagen of uren tot live-gang.

Strategic Bandwidth



**+30%**

Toename in tijd besteed aan diep klantinzicht, strategisch design en brand-building.

# Samenvatting: 5 Acties voor aankomende maandagochtend

1	Audit uw agenda: Bepaal welke 20% van uw uitvoerende werk u deze week nog delegeert aan een AI-systeem.	
2	Bel uw bureau: Eis een concrete roadmap om uitvoerend handwerk per direct uit de urenfactuur te filteren.	
3	Kies één flow: Wijs vandaag één kleine, lopende campagne aan voor volledige experimentele AI-automatisering.	
4	Plan een Break & Build sessie: Geef het team aanstaande vrijdag 2 uur betaald de tijd om AI-tools te testen en te ontdekken.	
5	Claim de regisseursstoel: Informeer de directie formeel dat de marketingafdeling transformeert van productiehuis naar een tech-driven regiecentrum.	

Meer leren over de shift naar AI-Orchestration?  
Lees de volledige CMO Barometer en Serviceplan analyses.