

AI Marketing Implementatie: Van Hype naar Meetbare ROI

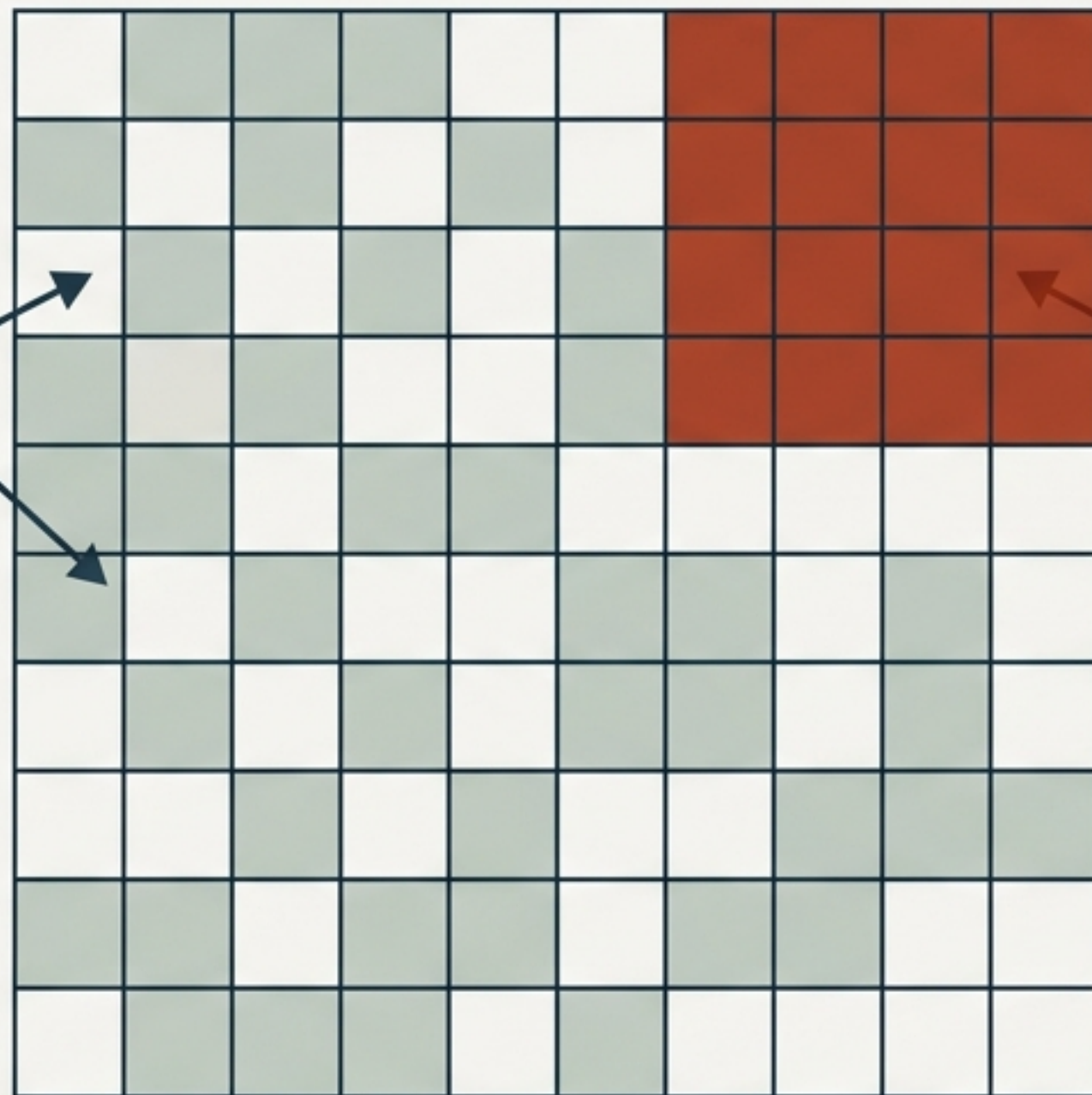
Waarom 2026 het jaar is om **AI strategisch** in te zetten als het hart van uw **marketing operating model**.

- Gebaseerd op inzichten van EY, Infosys & WndrCo.
- Focus: Nederlandse CMO's (Mid-Market & Enterprise)

De Adoptiekloof: iedereen experimenteert, weinigen schalen

89% Experimenteert

Gebruikt gefragmenteerde standalone tools voor tactische taken zoals copywriting en beeldcreatie. Geen borging in processen.



23% Heeft een Strategie

Heeft AI operationeel verankerd in het bedrijfsmodel met een schaalbare first-party data-infrastructuur.

C-LEVEL INZICHT: Het grote gevaar voor Nederlandse mid-market organisaties is de 'tool-valkuil'. Zonder stevig datafundament blijft AI een dure gimmick in plaats van een duurzaam concurrentievoordeel.

Imperatief: Waarom afwachten in 2026 geen strategische optie meer is



1. Concurrentievoordeel Verdamppt

AI-zoekmachines (zoals geüpdatete LLM-engines) veranderen de customer journey radicaal.

Merken zonder always-on data-infrastructuur verdwijnen simpelweg uit de antwoorden van AI-systemen.



2. Efficiency-druk Stijgt

De verwachting op board-niveau verschuift. Executiesnelheid moet omhoog terwijl budgetten stagneren of krimpen.

Handmatige optimalisatie is financieel niet meer te verantwoorden.

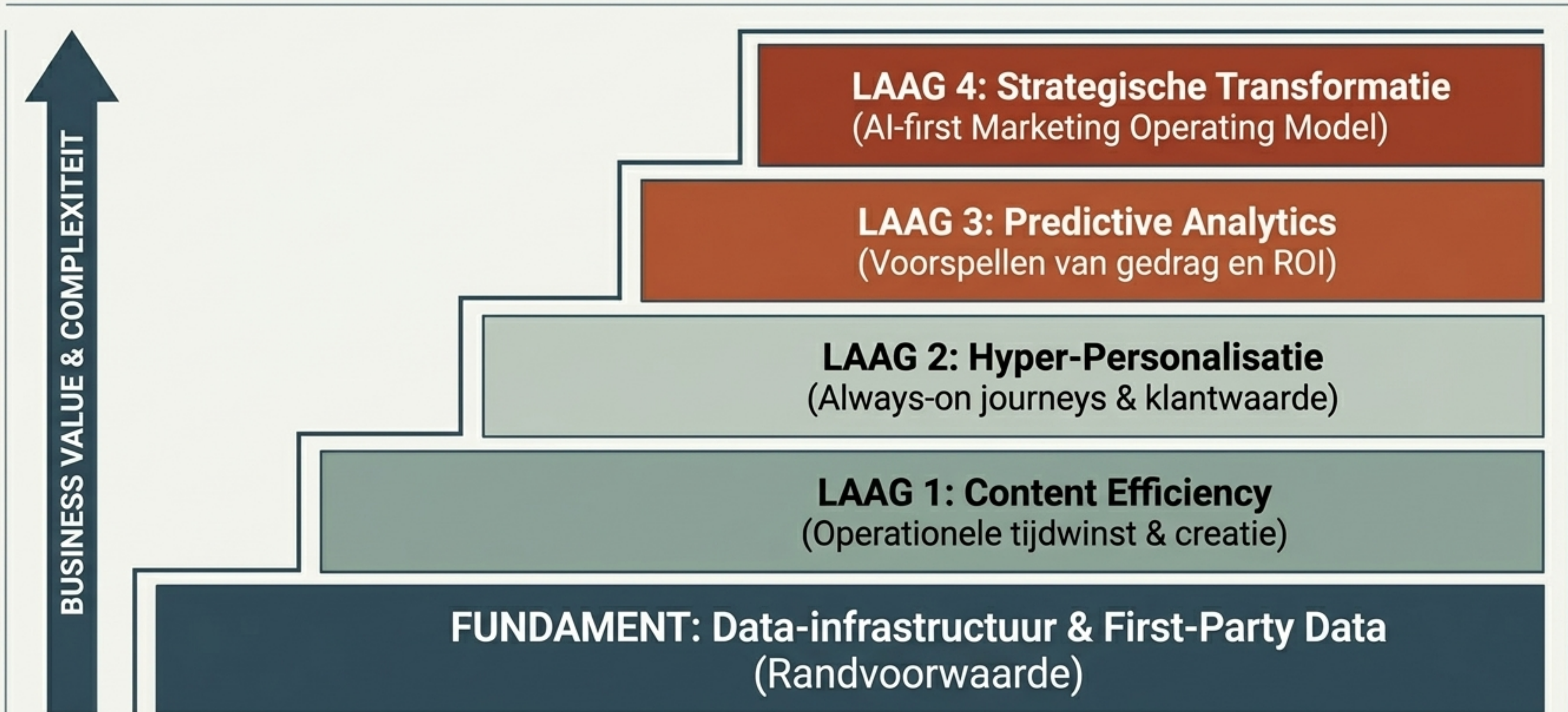


3. Talent Verwachting

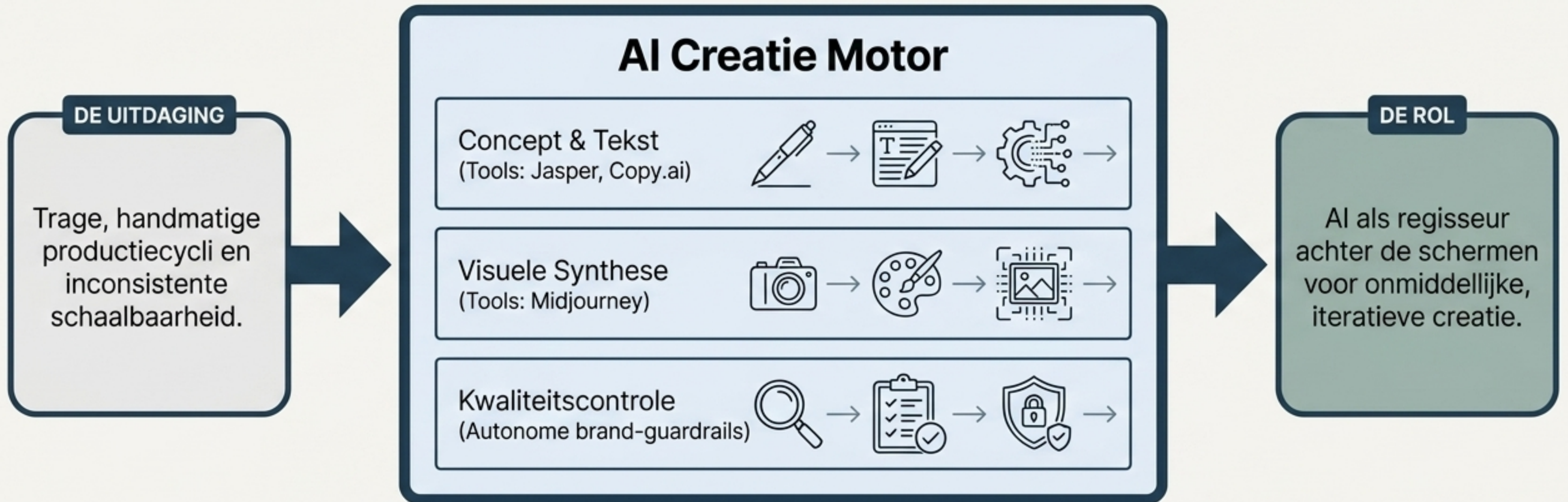
De beste marketeers weigeren in 2026 handmatig campagnebeheer uit te voeren.

Topspecialisten eisen een werkomgeving waar AI de repetitieve executie overneemt.

Het 4-Lagen Framework: Van Quick Wins tot Volledige Transformatie



Laag 1 — Content Efficiency & Optimalisatie



“We gaan een kwaliteitssprong zien in performance marketing. Creatieve AI-tools brengen zowel kwaliteit als snelheid van iteratie om perfectie na te streven.”

— WndrCo

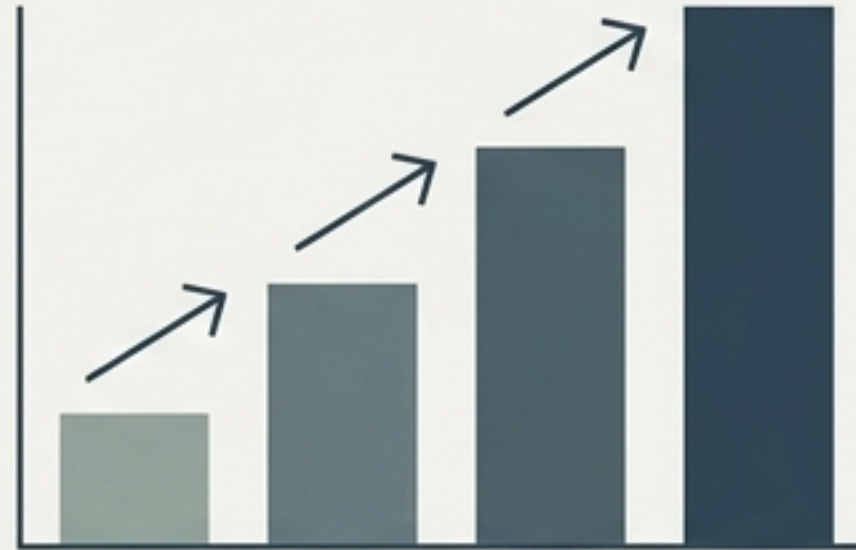
Executive Dashboard: Doelstellingen Laag 1



40%

TIJDSBESPARING

Meetbare reductie in de benodigde tijd voor run-rate content productie en optimalisatie.



+25%

MEER OUTPUT

Verhoging van het aantal geproduceerde en geteste campagne-varianten bij een gelijkblijvend teamformaat.

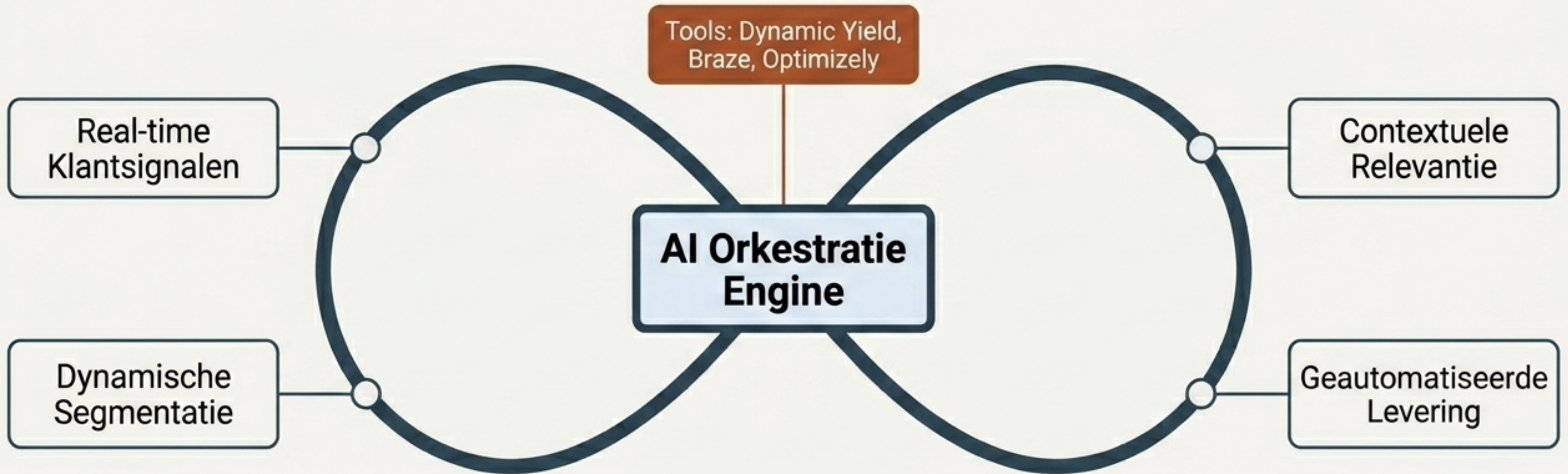


SCORE

CONTENT QUALITY INDEX

Meetbare toename in merkkwaliteit waarbij AI autonoom de tone-of-voice richtlijnen bewaakt over alle kanalen heen.

Laag 2 – Hyper-Personalisatie: Always-On Journeys



HUIDIGE STATUS: Campagnes dicteren het ritme. Statische segmenten worden reactief benaderd.

NIEUW PARADIGMA: Het systeem reageert continu. Campagnes volgen de individuele gebruiker in real-time.

Executive Dashboard: Doelstellingen Laag 2

HOGERE ENGAGEMENT

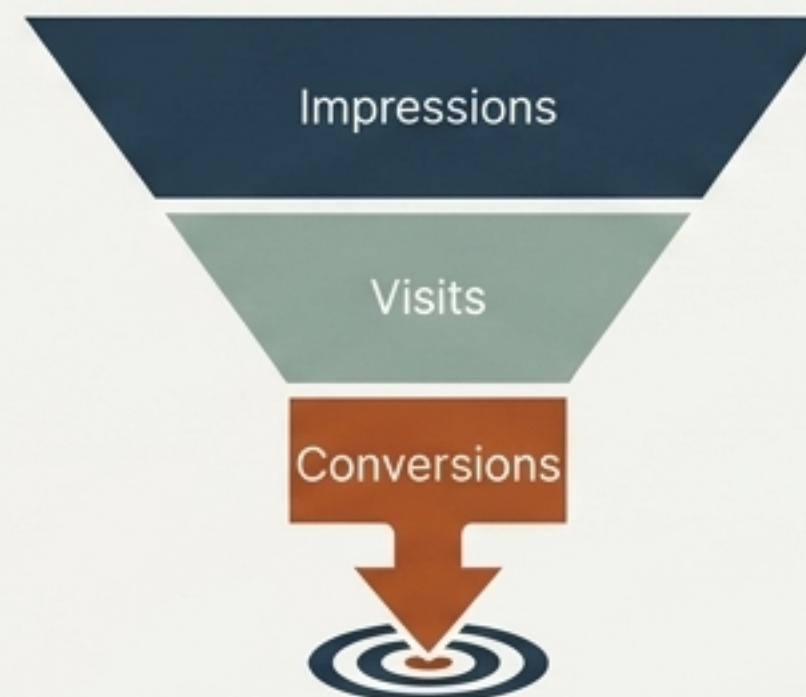


+35%

Hogere Engagement

Toename in interactie door ongekende contextuele relevantie op individueel niveau.

CONVERSIE-LIFT



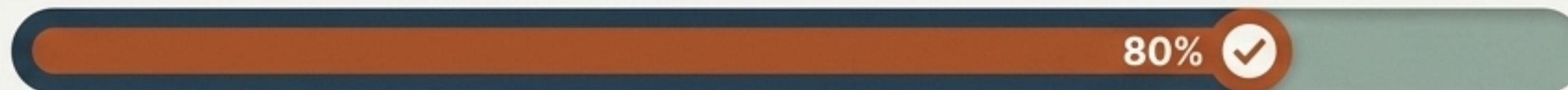
+20% ↑

Conversie-lift

Directe verhoging van de conversieratio op dynamisch gepersonaliseerde klantpaden.

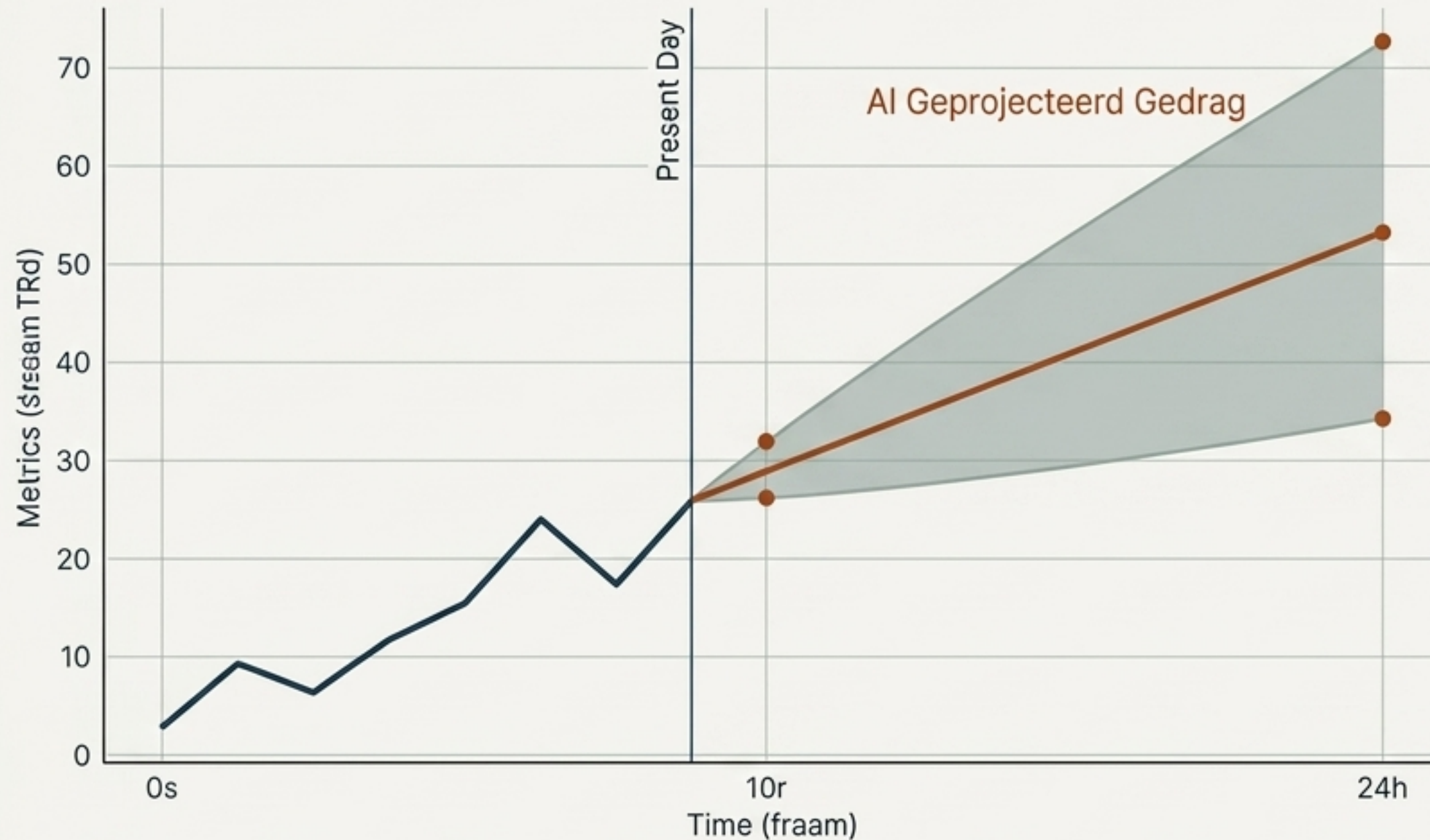
ARCHITECTURA LINE

Personalisatie Score



Een nieuwe, meetbare index per dynamisch segment. Verschuift de focus van ruwe clicks naar kwalitatieve, gepersonaliseerde interactiediepte.

Laag 3 — Predictive Analytics: Voorspellen van Gedrag en ROI



Orkestratie & Voorspelling

Autonoom Bidding (CPA/ROAS)

Automatisee optimalisering van bidders based op predictive modellen.

Budgetverschuivingen

Dynamische allocating van budget towardft high-ROI kanalen.

Voorspellende Churn-interventie

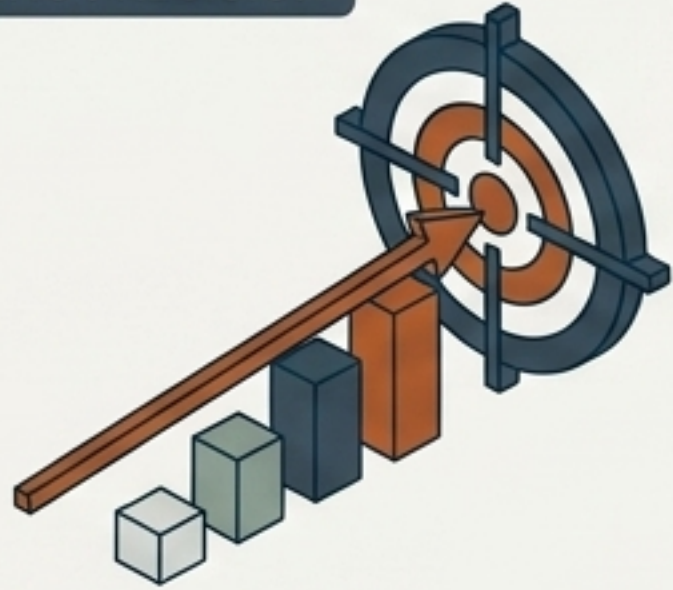
Proaktive actionen um ont at-risk kunderen metaineen op AI predictionen.

Tech Stack Focus: Google Analytics 4 AI & Adobe Sensei

LET OP: Deze laag vereist een absoluut waterdicht first-party datafundament.

Executive Dashboard: Doelstellingen Laag 3

FORECASTING PRECISION

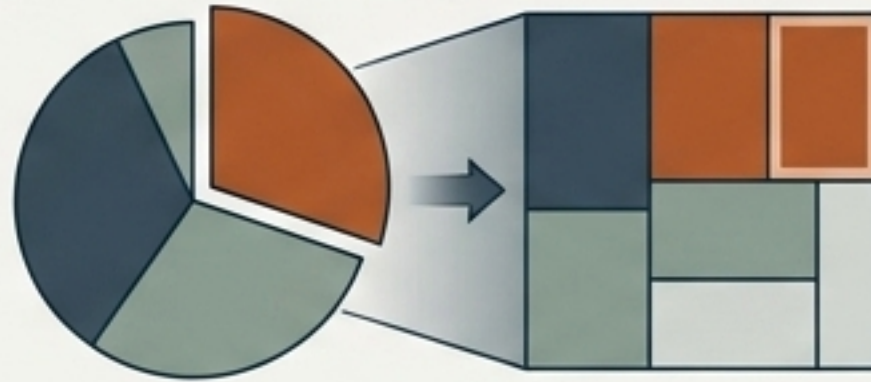


+15%

Nauwkeuriger Forecasting

Aanzienlijke precisieverbetering bij het voorspellen van aankomende kwartaalomzetten op basis van gedragssignalen.

BUDGET ALLOCATION

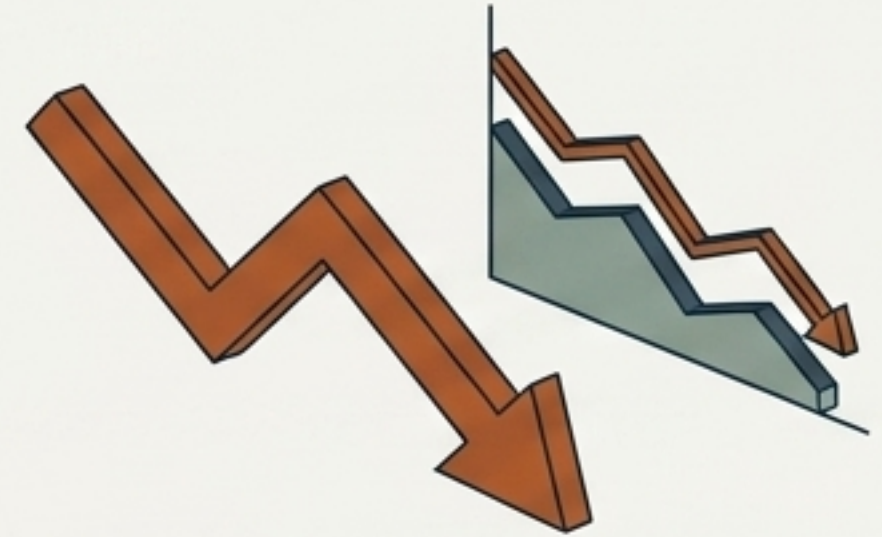


30%

Betere Budget Allocatie

Efficiëntiewinst door autonome, real-time optimalisatie van mediabudgetten naar kanalen met hoogste verwachte ROAS.

COST EFFICIENCY

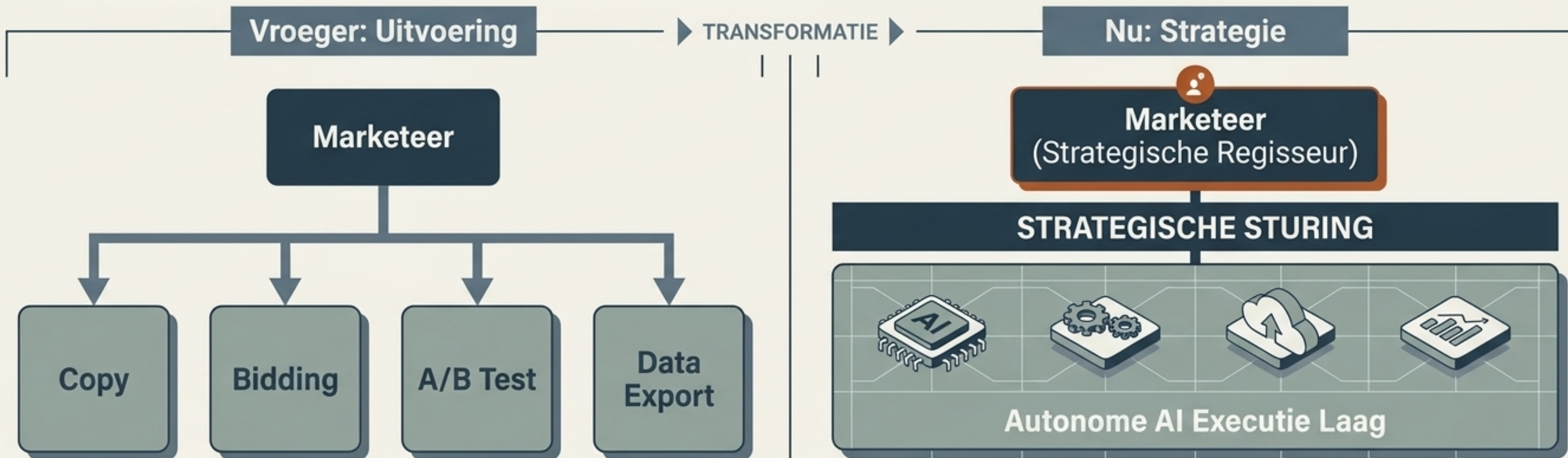


Lager

Customer Acquisition Cost (CAC)

Daling in netto acquisitiekosten dankzij vroegtijdige, voorspellende churn-interventies.

Laag 4 – Strategische Transformatie: Het AI-first Operating Model



Nieuwe Menselijke Capaciteiten:

✓ Diepe data-partnerships met de CIO.

→ Strategische sturing bovenop AI-aanbevelingen.

✓ Merkpositionering als onvervangbare menselijke kern.

De Nederlandse Context: Leren van de Voorlopers

COOLBLUE

- Gepersonaliseerde video
- Dynamische pricing op grote schaal

BOL.COM

- Retail media netwerken
- Gedreven door AI-zoekalgoritmes

RITUALS

- Voorspellende voorraadmodellen
- Omnichannel klantreizen

Mid-Market Realiteit: Uitdaging

Mid-Market organisaties missen vaak de schaal, infrastructuur en het budget van multinationals.

Mid-Market Realiteit: De Oplossing

- ▀ Profiteer van wendbaarheid.
- ▀ Vermijd monolithische 'alles-in-een' pakketten.
- ▀ Repareer eerst First-Party Data,
- ▀ Schaal use-case voor use-case.

Navigeren door de Valkuilen: De 5 Kritieke Succesfactoren

Pijler	✓ DO (Actie)	✗ DON'T (Valkuil)
Data	✓ Fix Data Quality.	✗ Trainen op vervuilde of geïsoleerde data silo's.
Adoptie	✓ Intensief Change Management.	✗ Denken dat een tool-licentie gelijk staat aan werkende adoptie.
Controle	✓ Human in the Loop integreren.	✗ Over-automatiseren zonder menselijke nuance en merk-bewaking.
Privacy	✓ AVG / Privacy by Design.	✗ Bedrijfs- en klantdata kritiekloos in openbare LLM's pompen.
Tech	✓ Kies een Modulaire Stack.	✗ Vastzitten in vendor lock-in bij één monolithische AI-aanbieder.

Implementatie Roadmap: Van Pilot naar Scale in 90 Dagen

MAAND 1	MAAND 2	MAAND 3
<p>Dagen 0-30: Foundation & Pilot</p> <ul style="list-style-type: none">• Audit huidige tools en datafundament.• Selecteer 1 overzichtelijke, meetbare pilot (bijv. contentcreatie).	<p>Dagen 30-60: Execution & Measurement</p> <ul style="list-style-type: none">• Implementeer cross-functioneel AI-team (Marketing + IT).• Meet baseline versus AI-performance via A/B testing.	<p>Dagen 60-90: Scale & Governance</p> <ul style="list-style-type: none">• Rol succesvolle pilot uit naar bredere kanalen.• Stel vaste governance protocollen en brand safety in.

Sturen op Waarde: Het Executive ROI Dashboard

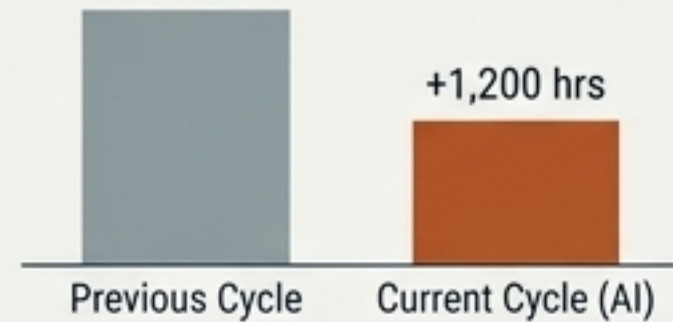
Efficiency Gains

Focus op kosten en tijd

Reductie in externe bureaunkosten



Bespaarde interne FTE-uren per cyclus



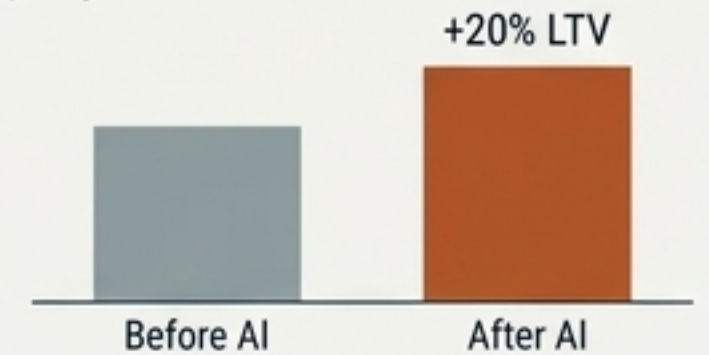
Revenue Impact

Focus op top-line groei

Meetbare conversie-stijging (Lift by AI)



Verhoging in Customer Lifetime Value (LTV)



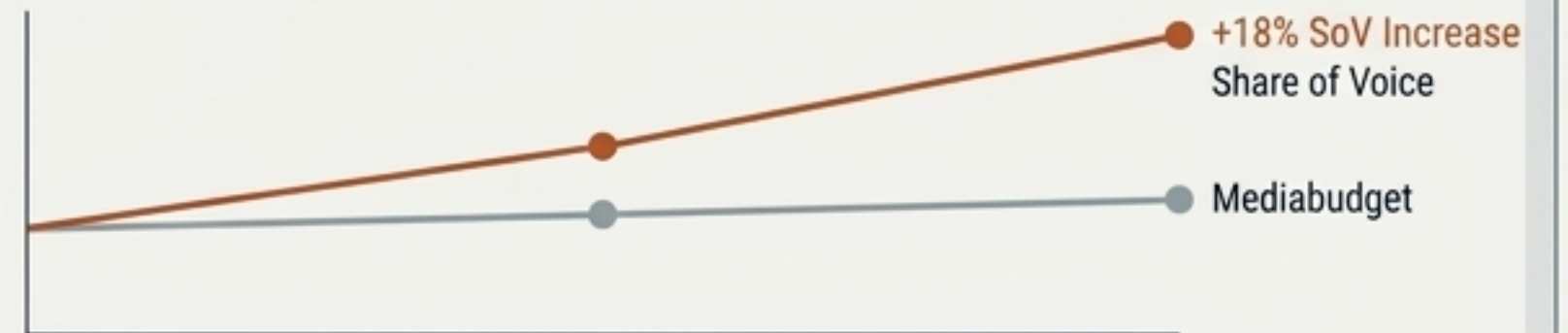
Competitive Advantage Metrics

Focus op snelheid en marktaandeel

Versnelde time-to-market voor nieuwe campagnes



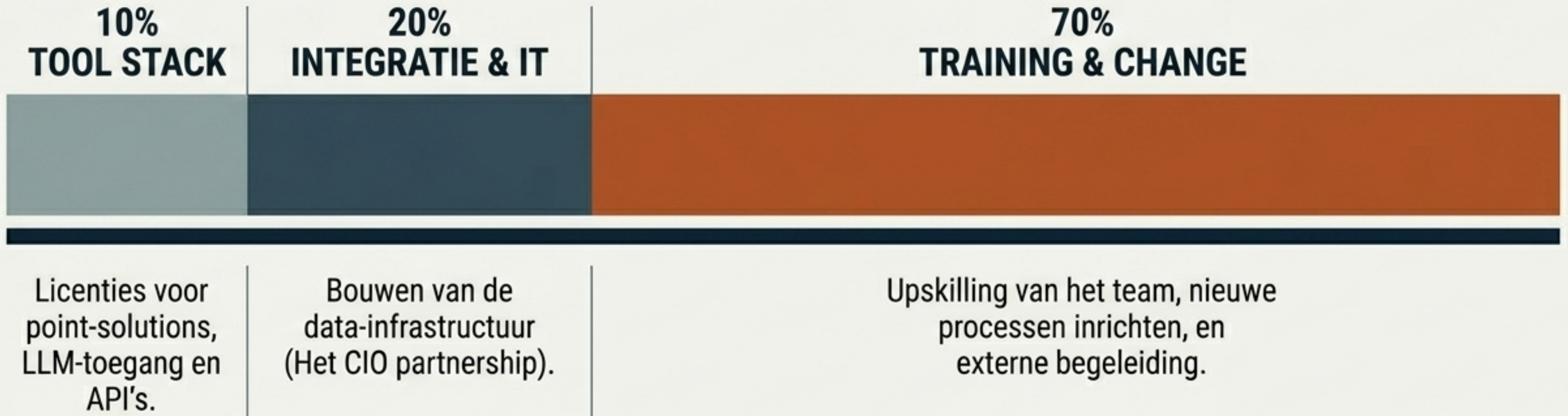
Groei in Share of Voice versus stabiliteit mediabudget



Investeringskader: De werkelijke kosten van AI-transformatie

Budget Bandbreedte:
€15k – €150k+
(Afhankelijk van schaal)

De 10/20/70 Regel



TAKEAWAY: Investeer primair in mensen en het fundament. Software alleen transformeert niets.

Verantwoorde AI: Governance, Bescherming & Risico

AVG & Data Privacy

Strikte scheiding tussen PII (Personally Identifiable Information) en LLM training-data.
Beheer van First-Party consent.

Human Oversight Protocols

Verplichte brand-safety checks:
'AI stelt voor, de mens beslist.'
Menselijke authenticatie voordat output (copy/pricing) live gaat.



Bias Monitoring

Algoritme-audits om te voorkomen dat AI eenzijdige doelgroepen target of merk-uitsluitingen structureel negeert.

Vliegende start: Uw actieplan voor aanstaande maandag 09:00

1

Audit Huidige Tools ('Schaduw-AI')

Breng direct in kaart welke ongeregistreerde tools uw team momenteel gebruikt. Welke licenties zweven er rond zonder centraal beheer of beleid?

2

Selecteer 1 Pilot Use Case

Kies een proces in 'Laag 1' met hoge frictie en duidelijke meetbaarheid. Ga niet voor de 'moonshot', bouw organisatievertrouwen met een keiharde quick win.

3

Formeer het Cross-Functionele AI-Team

Breek operationele silo's onmiddellijk af. Koppel uw meest tech-savvy marketeer aan een senior data-engineer van de IT afdeling.