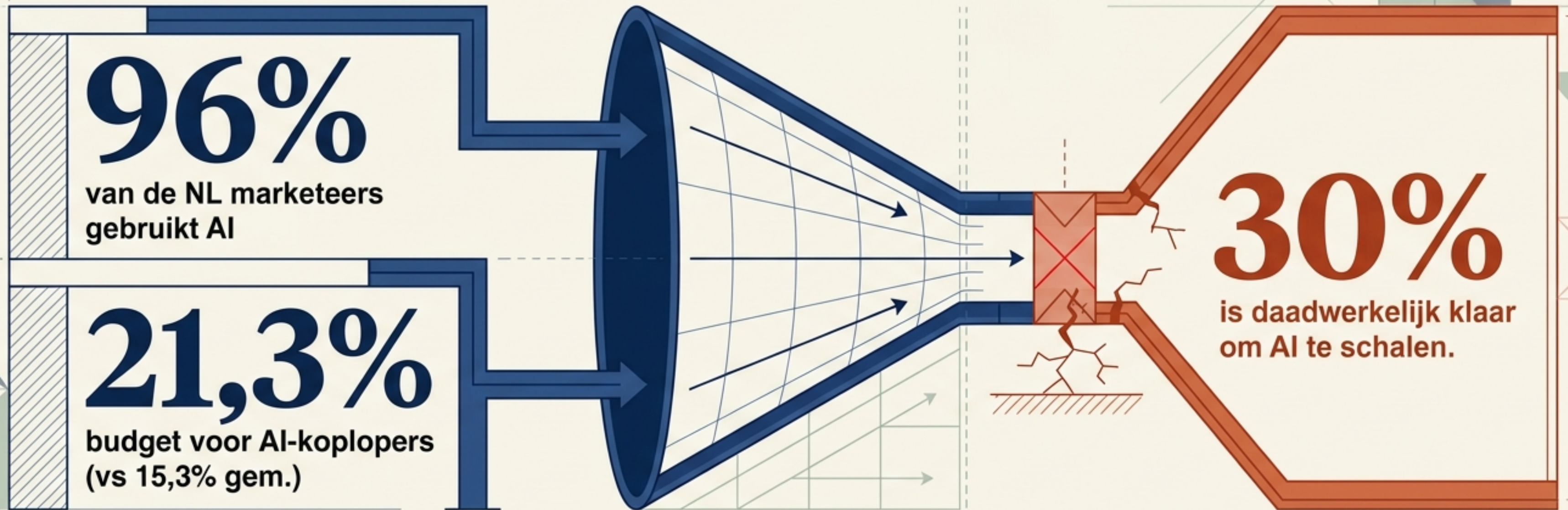


AI maakt geen slechte strateeg goed

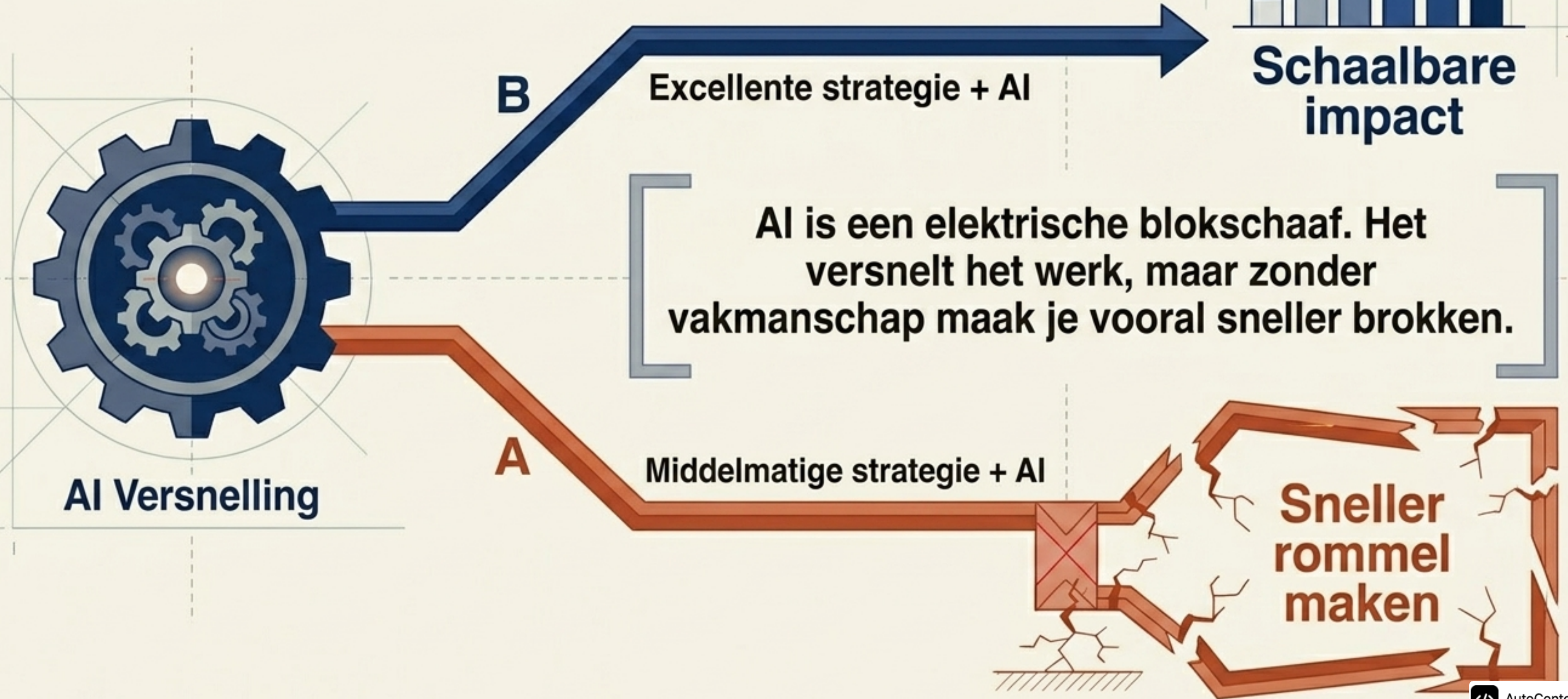
Maar het kan een goede strateeg uitstekend maken. Een playbook voor AI-augmented marketing in de Nederlandse markt.

Investeringsen stijgen, maar effectief schalen stagneert.



De correlatie zit niet in AI-budget, maar in algemene marketingsofisticatie (gem. 8,9% van de omzet). Geld alleen koopt geen schaalbaarheid.

AI zonder fundament versterkt bestaande zwaktes.



Gemaksmarketing vs. Autoriteit

AI als Denkvervanging

- ↓ Focus op volume
- ↓ Tactische quick-wins (basic e-mails)
- ↓ Mens uitsluitend als editor

Risico: Merkerosie en
inwisselbaarheid.

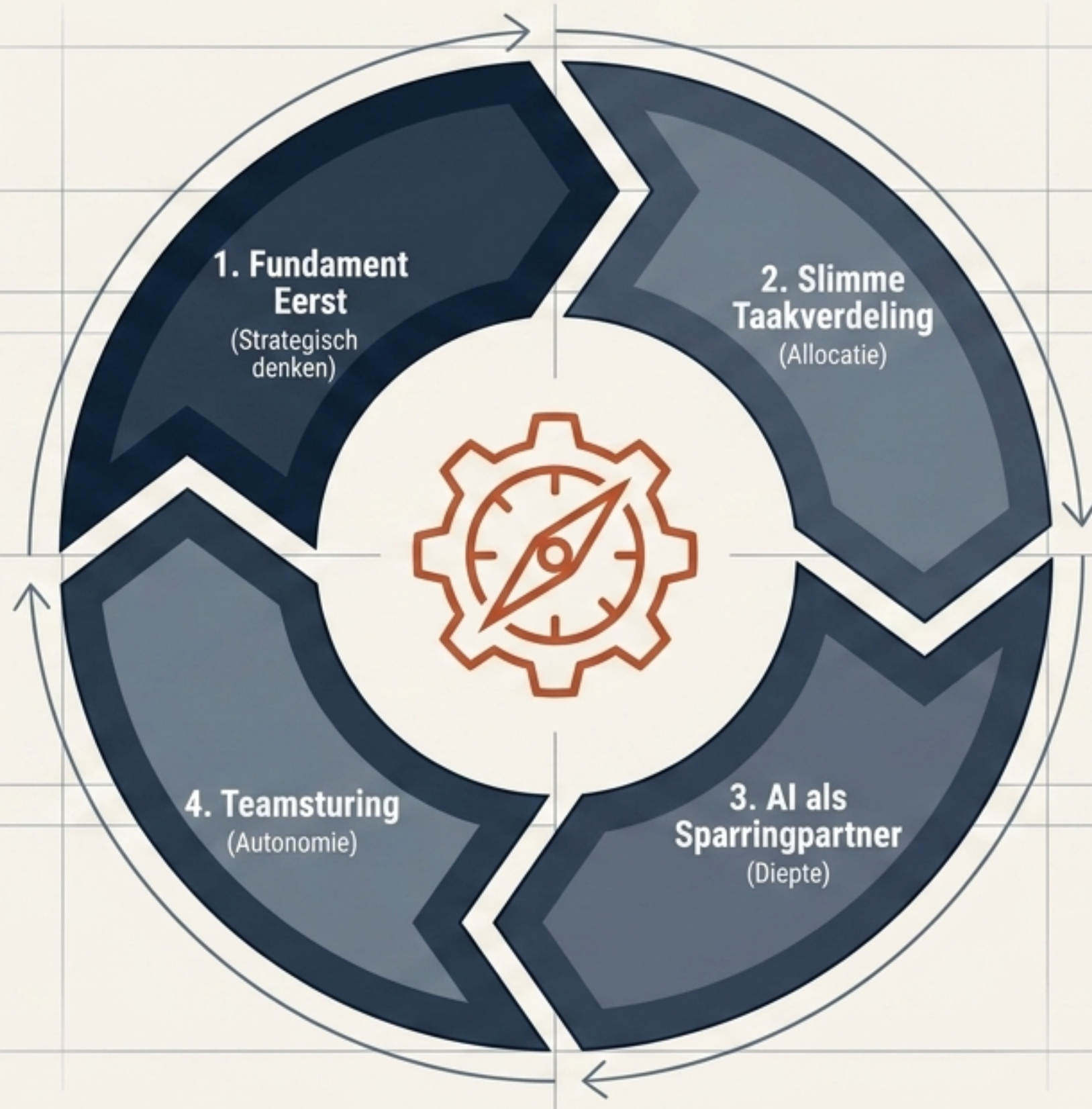
AI als Denkversterking

- ↑ Focus op diepte
- ↑ Patroonherkenning
- ↑ AI als strategisch sparringpartner

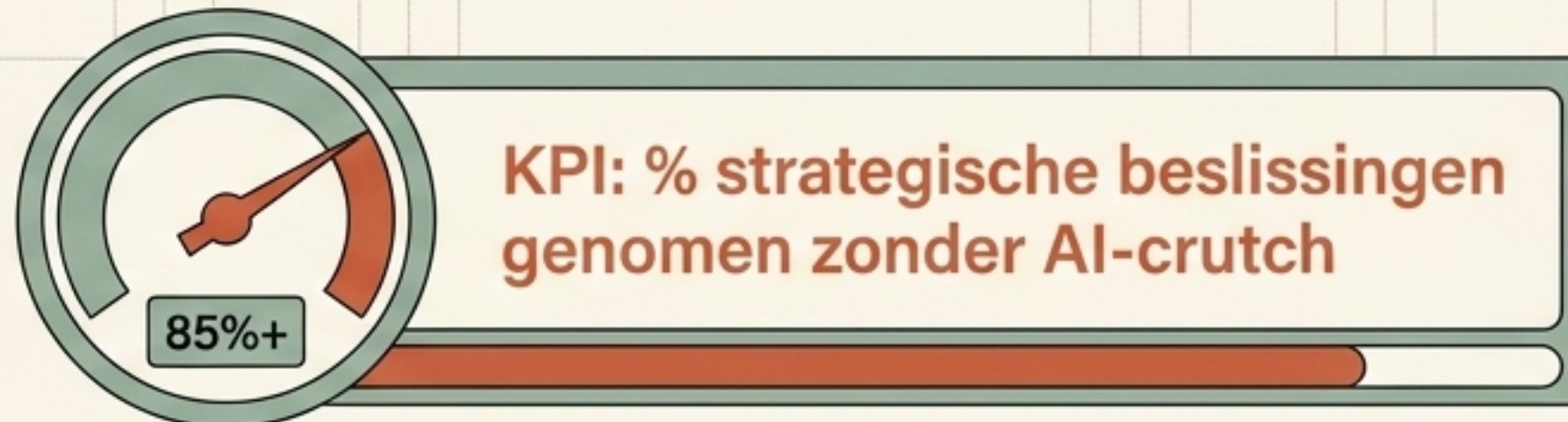
Resultaat: Merkautoriteit en
thought leadership.

**Waarschuwing: Volume is geen strategie.
Middelmatige AI-content sloopt op termijn uw merkwaarde.**

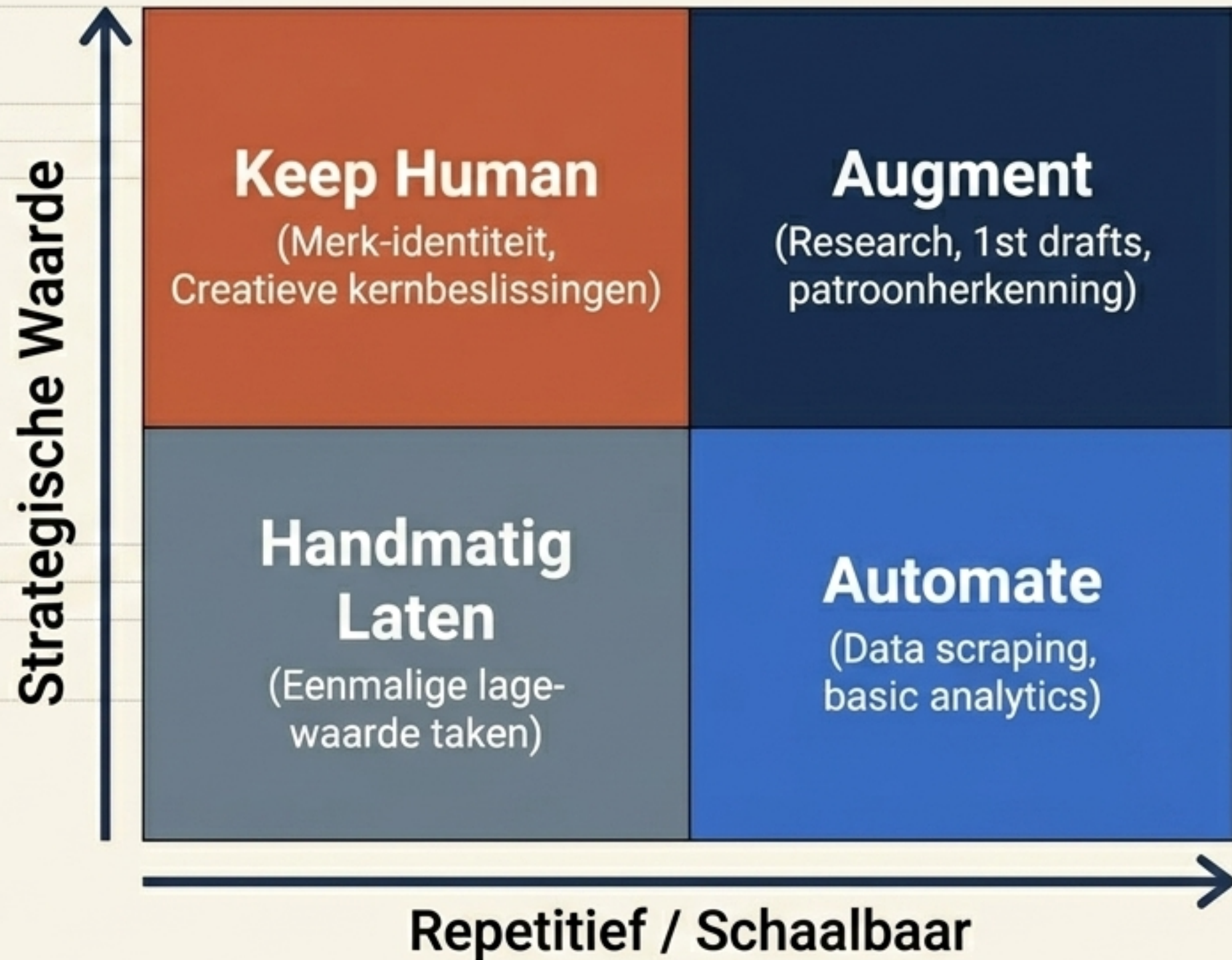
Van tool-gedreven naar strategie-geleid: Het 4-Staps Model



Stap 1 — Fundament Eerst: Strategie dicteert de tool



Wat besteed je uit? (En wat absoluut niet)

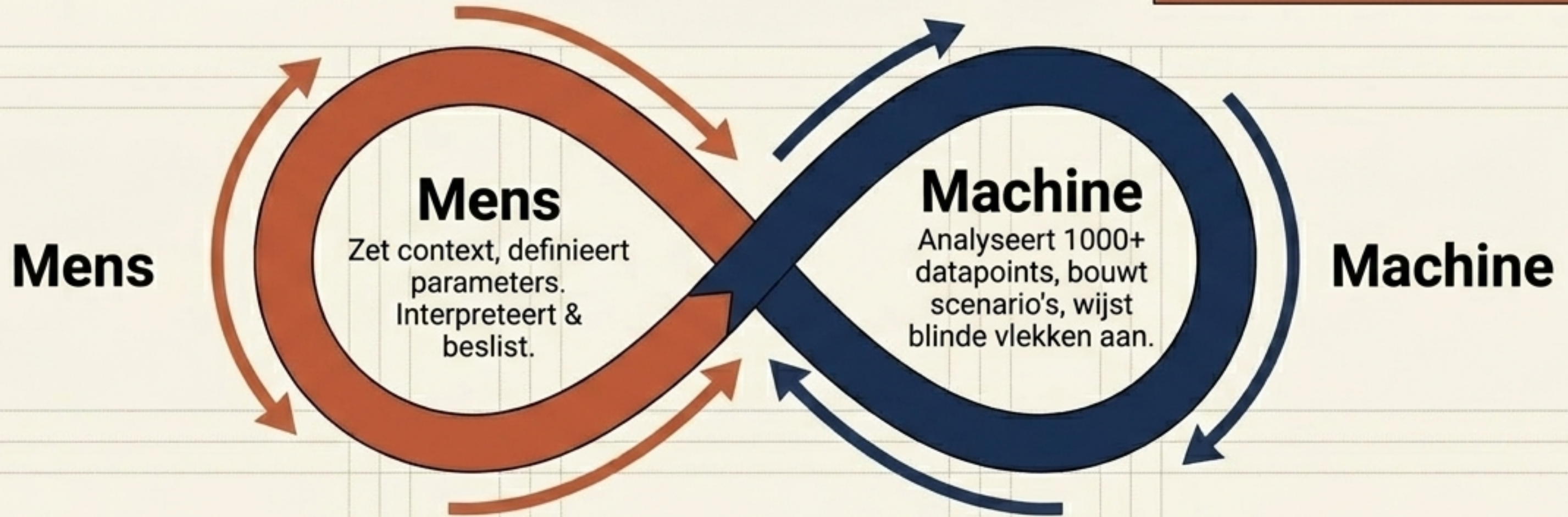


Mensen houden
100% de controle
over merk,
nauwkeurigheid
en performance.

**KPI: Tijdwinst op
executie, níét op
denken.**

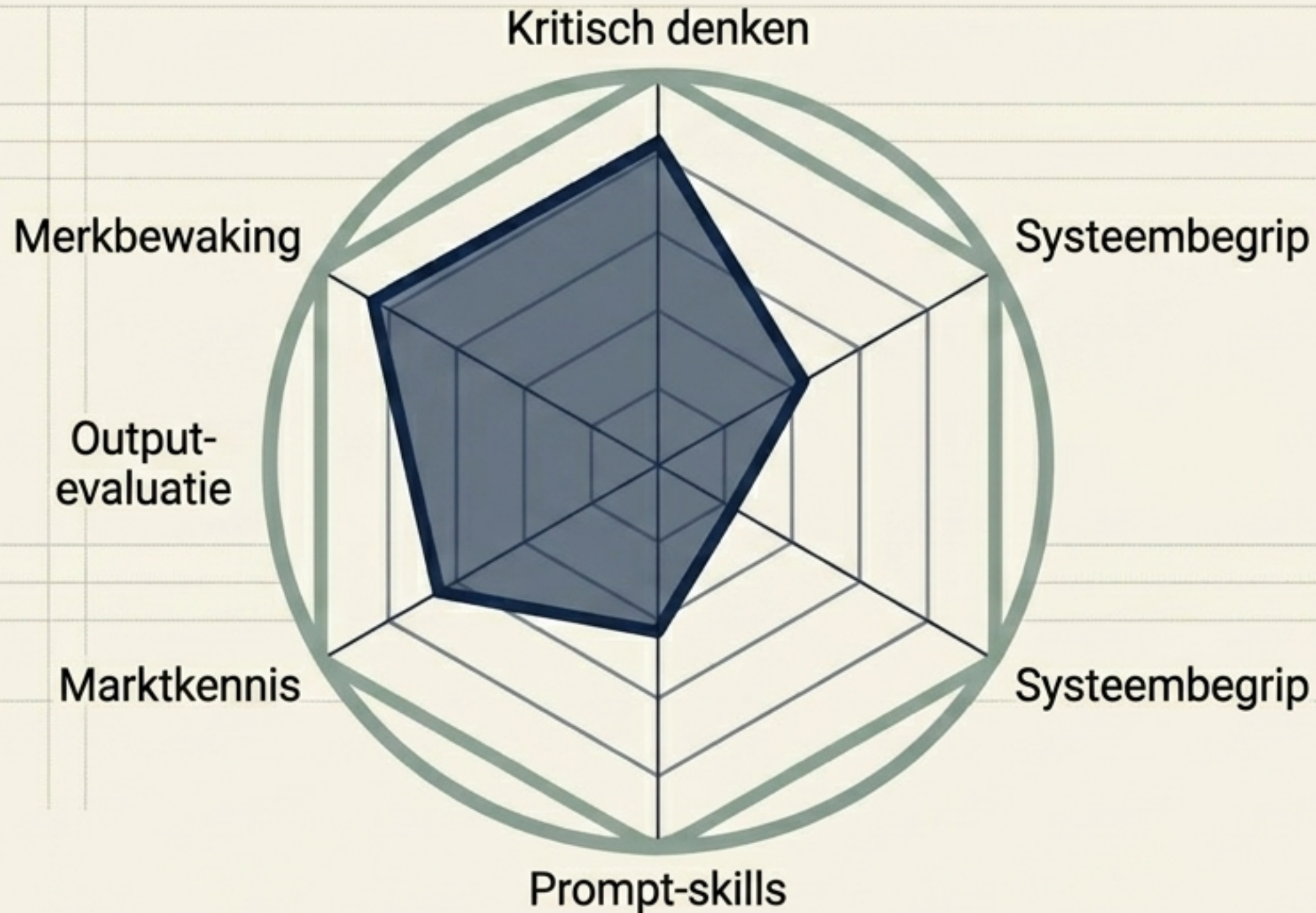
Gebruik AI voor validatie, niet voor creatie.

**KPI: Kwaliteit en
robuustheid van
strategische output**



“Gebruik AI wanneer technologie de lat bewust hoger legt. Gebruik het niet om het makkelijker te maken, maar om dieper te graven.”

Stap 4 — Teamsturing: Vaardigheid zonder Afhankelijkheid



Uw marketeers hoeven niet te coderen. Ze moeten de grenzen van de output vlijmscherp kunnen evalueren.

KPI: Team Autonomie-Index
(Het vermogen om een strategie te verantwoorden zonder data-hallucinaties).

Het Gevaar van de 'Prompt Engineer': Waarom strategie weigert te automatiseren.

Mythe

De perfecte prompt levert de perfecte strategie.

Realiteit

Een prompt zonder diepe strategische domeinkennis levert enkel een overtuigend, generiek gemiddelde.

DO

Experimenteer klein in de executielaag, schaal bewust.

DON'T

AI in de middenlaag laten steken voor basic tactische quick-wins zónder strategisch toezicht.

Bewezen in de Praktijk: Hoe top-bedrijven AI inzetten als vermenigvuldiger



Jeff Green,
CEO - The Trade Desk



Joanne Crevoiserat,
CEO - Tapestry

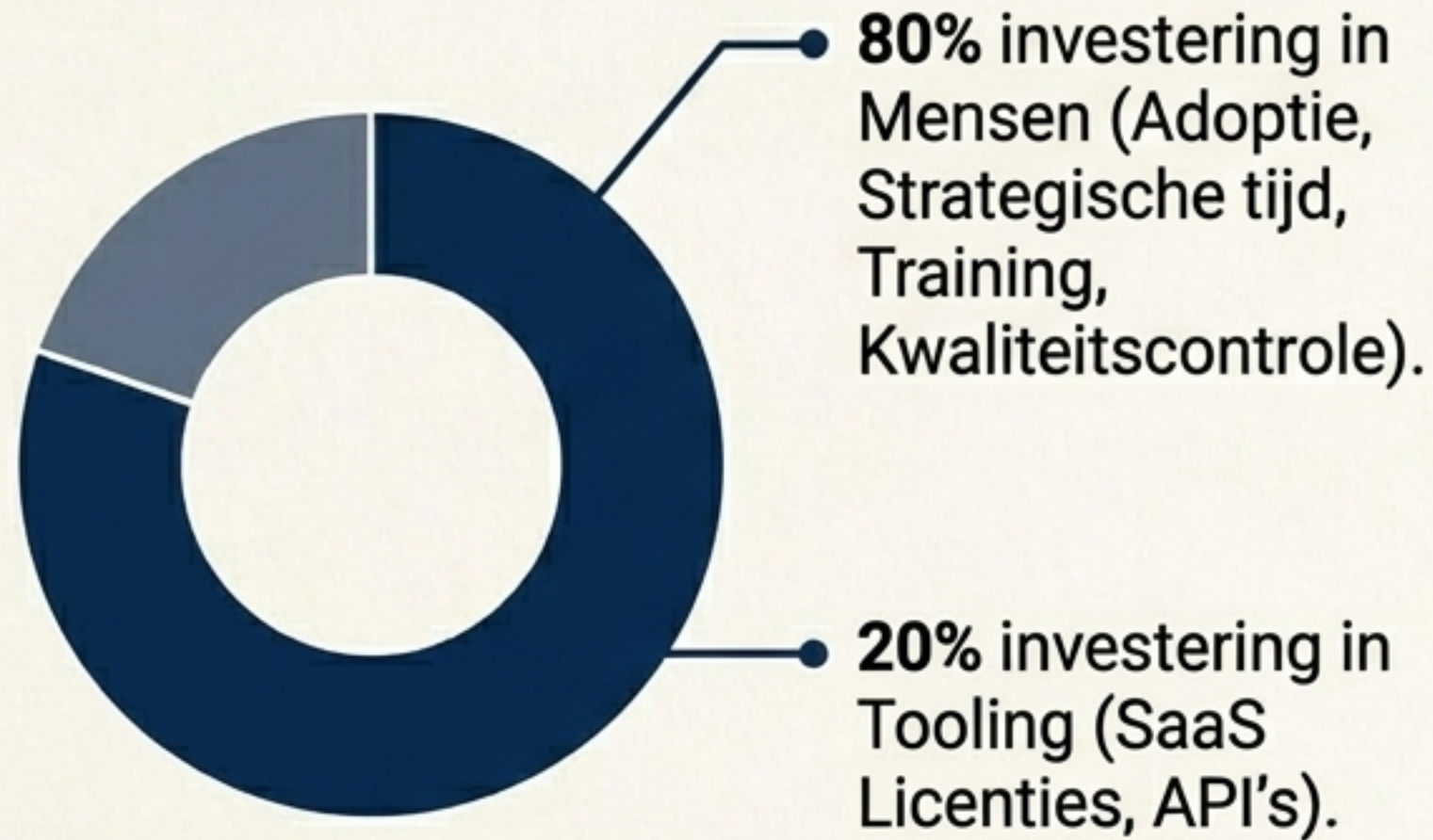
Focus: AI voor onmenselijke complexiteit.

“ We bekijken duizenden routes en nemen in milliseconden beslissingen over de advertising supply chain. ”

Focus: Budget shift naar verfijning, niet volume.

“ Marketingbudgetten stegen van 3% naar bijna 10%... focus op duurzaamheid en consistente messaging. Beteres campagnes, niet méér campagnes. ”

Budget Richtlijnen: De 80/20 Investeringsregel



KPI 1: AI-Efficiëntie

Gemeten in uren bespaard op repetitieve executie.

KPI 2: Strategische Kwaliteit

Gemeten in conversiegroei en toename van merkautoriteit.

**De valkuil: 80% van het budget in software stoppen en 20% in adoptie.
Draai dit om voor schaalbaarheid.**

Implementatie Roadmap: Week 1-8 Actieplan



Audit & Doelen

Welk specifiek strategisch probleem lossen we op? (Géén tool-praat).



Piloten & Trainen

Start een klein experiment, puur in de executie-laag.



Boundary Setting

Welke beslissingen en taken besteden we absoluut níét uit aan een algoritme?



Evaluatie & Opschalen

Meet de tijdwinst versus het behoud van de merkkwaliteit.

Samenvatting: 5 Wetten voor Duurzame AI-Adoptie

- 1 Geen Redmiddel:** AI is een vermenigvuldiger, geen redder voor falende strategie.
- 2 Mens Bepaalt:** Strategie dicteert de tool; de tool bepaalt nooit de strategie.
- 3 Voorkom Gemak:** Volume is geen strategie (middelmattige AI-content sloopt het merk).
- 4 Ononderhandelbaar:** Menselijke controle over merk en nauwkeurigheid blijft absoluut.
- 5 Output Evaluatie:** Bouw competentie om de grenzen van hallucinaties en output te begrijpen.

Actieplan: 3 Stappen voor Maandag 09:00 uur

STAP 1

Audit Huidig Gebruik

Breng onmiddellijk (ongedocumenteerd/ shadow) **AI-gebruik** in het team in kaart. Waar zit het nu?

STAP 2

Definieer de Strategische Kern

Documenteer welke beslissingen 100% menselijk en merk-eigen móéten blijven. Bescherm dit.

STAP 3

Stel Keiharde Grenzen

Communiqueer de nieuwe team-KPI: **'We belonen diepere, betere inzichten, niet de productie van snellere rommel.'**