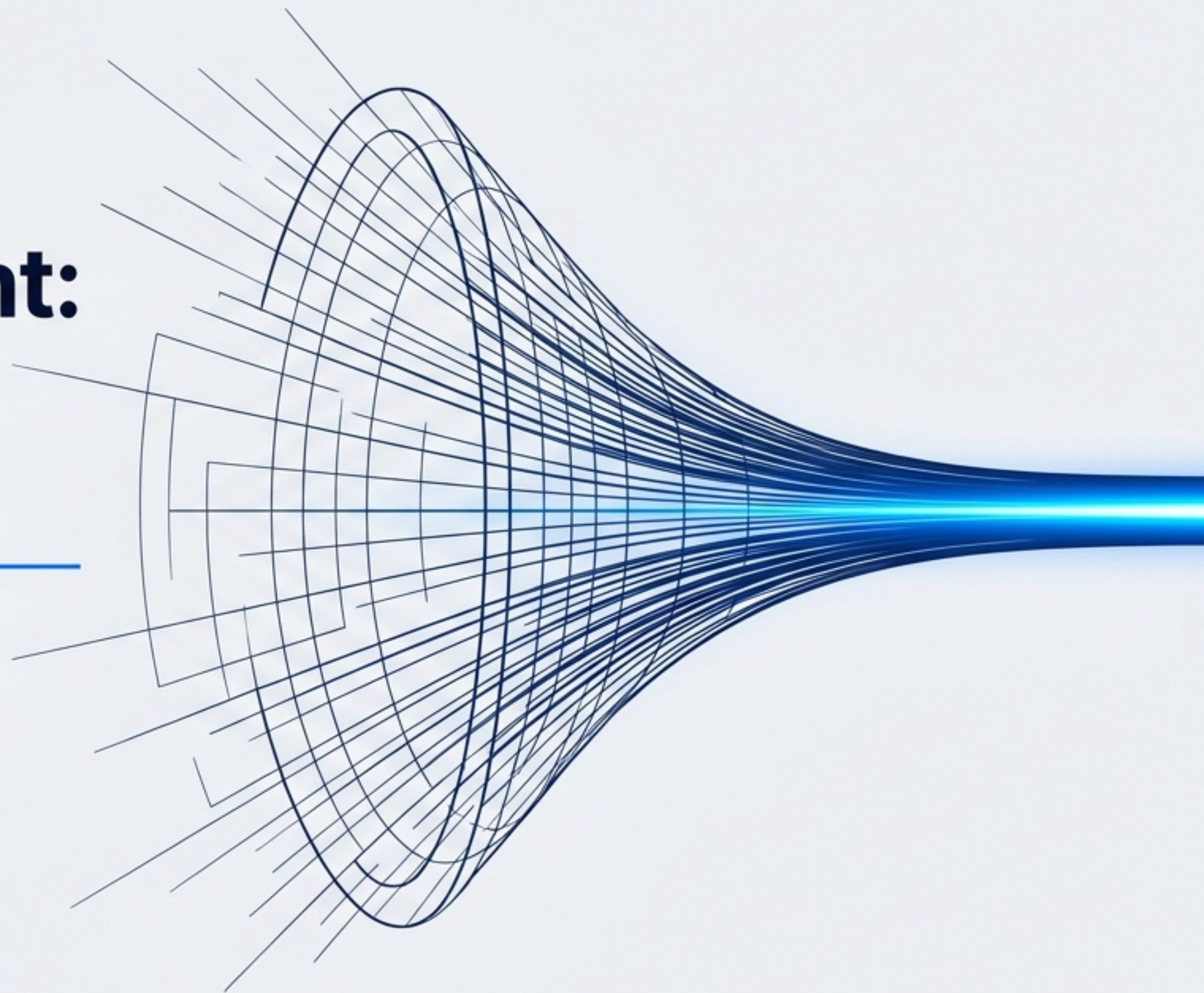


AI Sales Enablement: Van Lead tot Conversie in 2026

Waarom marketing regie moet nemen over de buy-side funnel (en hoe je de 30%-schaalbaarheidskloof dicht).



De Paradigmaverschuiving: Van Sell-Side naar Buy-Side

Wachten op post-campaign rapportages is passé. AI stelt marketing in staat om real-time de vraagkant te sturen tijdens de oriëntatiefase.

Oud: Sell-Side Measurement



- Post-campaign analyse (kennis achteraf)
- Focus op advertentie-uitlevering en bereik
- Traag iteratieproces op basis van rapporten
- Afhankelijk van third-party data



Nieuw: Buy-Side Decisioning



- Real-time decisioning en sturing
- Meten van intentiesignalen in de oriëntatiefase
- Dynamische biedstrategieën door AI
- Directe activering van zero-party data

De Adoptiekloof en de Omzetspotentie

Marketing investeert fors in AI, maar faalt in schaalbaarheid. Wie de sprong wel maakt, domineert de markt.

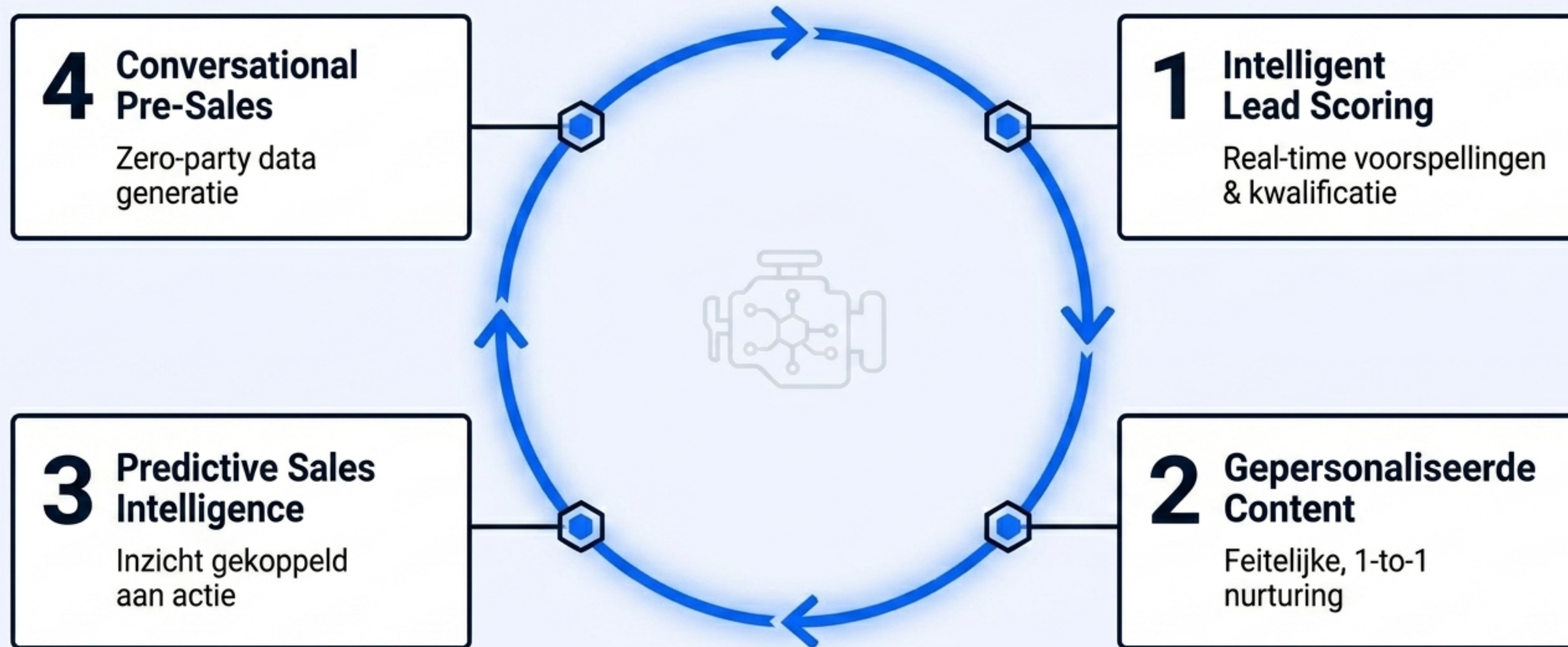


Onze investeringen in AI beginnen tastbare resultaten op te leveren. AI heeft geleid tot een stijging van 31% in de ROI van onze media campaigns, wat ons in staat stelt sneller beslissingen te nemen en veel alerter op real-time marktveranderingen in te spelen.

— Fabrizio Freda, CEO Estée Lauder

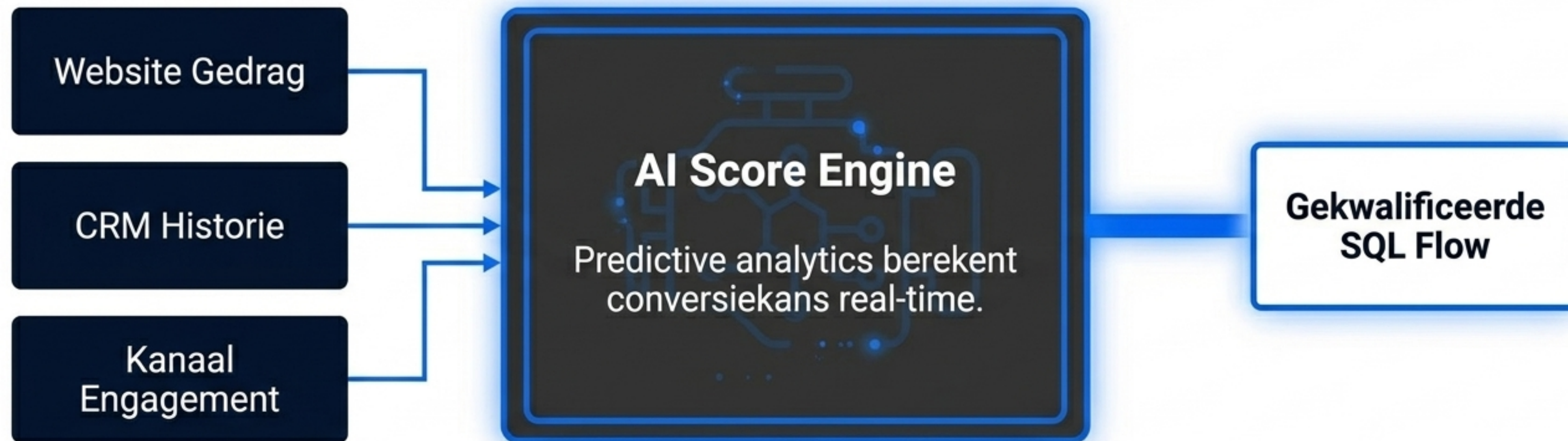
The AI Precision Engine: 4 Stappen voor Sales Enablement

Een circulair ecosysteem waarbij de output van marketing direct de input voor sales optimaliseert, en vice versa.



Stap 1: Intelligent Lead Scoring

Real-time intentiesignalen vervangen statische demografische profielen voor MQL naar SQL kwalificatie.



Target KPI: SQL Conversie Rate

Stap 2: Gepersonaliseerde Content op Schaal

Vage marketingtaal wordt genegeerd door AI-modellen. Bewijs en feiten winnen van claims.

De Oude Aanpak

Generieke Drips

Vage claims, één-op-veel, snel genegeerd.



De Nieuwe Aanpak

AI Nurture

Micro-segmentatie, feitelijke communicatie, 1-to-1 reeksen, AVG-compliant.



Target KPI: Engagement & Micro-conversie rates

Stap 3: Predictive Sales Intelligence

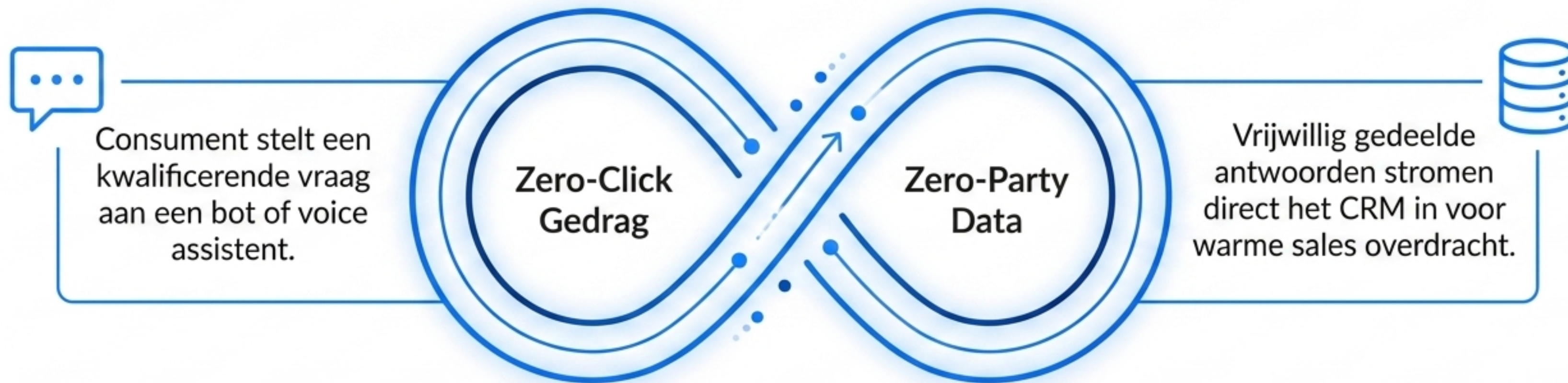
Koppel elk AI-inzicht aan een direct beslismoment. Kennis zonder actie is zinloos in 2026.



Target KPI: Opportunity Acceleration (verkorte beslistijd)

Stap 4: Conversational AI & Zero-Party Data

Adverteren wordt dialogisch. AI-agents vangen intentie af zonder cookies, door **direct antwoord** te geven.



Target KPI: Conversation-to-Meeting Ratio

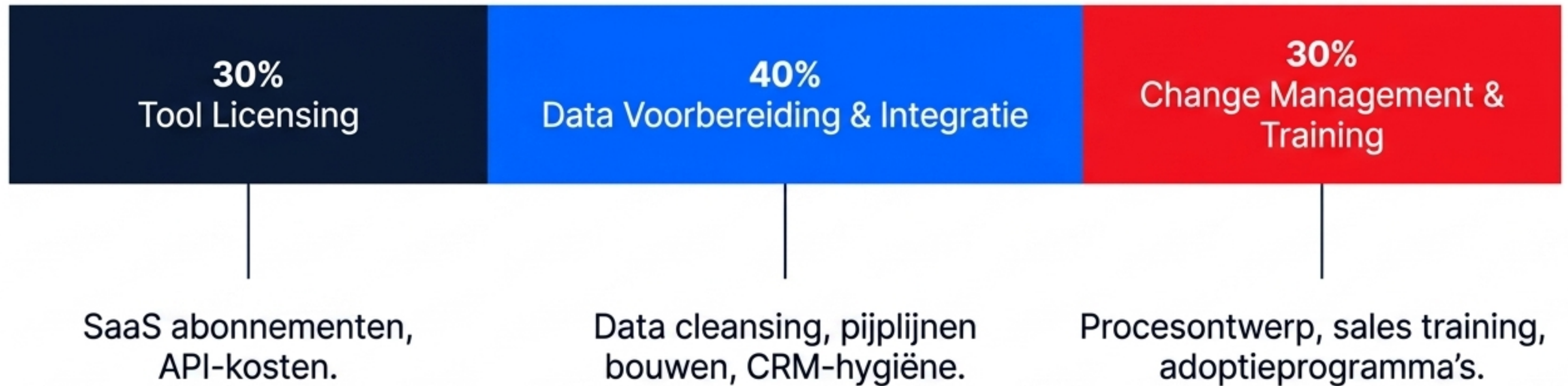
Architectuur: De Technologie Stack Mapping

Selecteer de juiste tools voor de juiste schaal. Bouw modulair.

	SMB / Mid-Market (€)	Enterprise (€€€)
Fase 1: Scoring	Out-of-the-box CRM voorspellingen (bijv. HubSpot/Einstein)	Custom data lakes met eigen machine learning modellen
Fase 2: Content	Geïntegreerde Gen-AI copy assistenten	Volledig geautomatiseerde 1-to-1 render engines
Fase 4: Conversational	Plug-and-play regelgebaseerde chatbots	Custom getrainde AI-agents op eigen merckdata

Investeringskaders & Total Cost of Ownership

Succesvolle implementatie vereist budget dat verder kijkt dan softwarelicenties. Trajecten variëren van €15k tot €150k.



Let op: AI-investeringen zijn verborgen **CAPEX**. Investeer voor **elke euro** in software, minimaal **een euro** in schone data.

Do's, Don'ts & De Menselijke Factor

AI herkent correlaties, maar snapt geen causaliteit. Het 'waarom' vereist kwalitatief onderzoek en merkkennis.

DO	DON'T
✓ Begin met één heldere use case op basis van een gestroomlijnde klantreis.	✗ Blind over-automatiseren van complexe, relatiegedreven deals.
✓ Focus eerst op het digitale fundament en schone data.	✗ Merkpersoonlijkheid en de 'human touch' negeren in copy.
✓ Behoud strategische account control bij complexe B2B deals.	✗ AI inzetten als reddingsboei om een gebrekkige strategie te maskeren.

AI is een versterker van processen, geen reddingsboei voor slechte strategie.

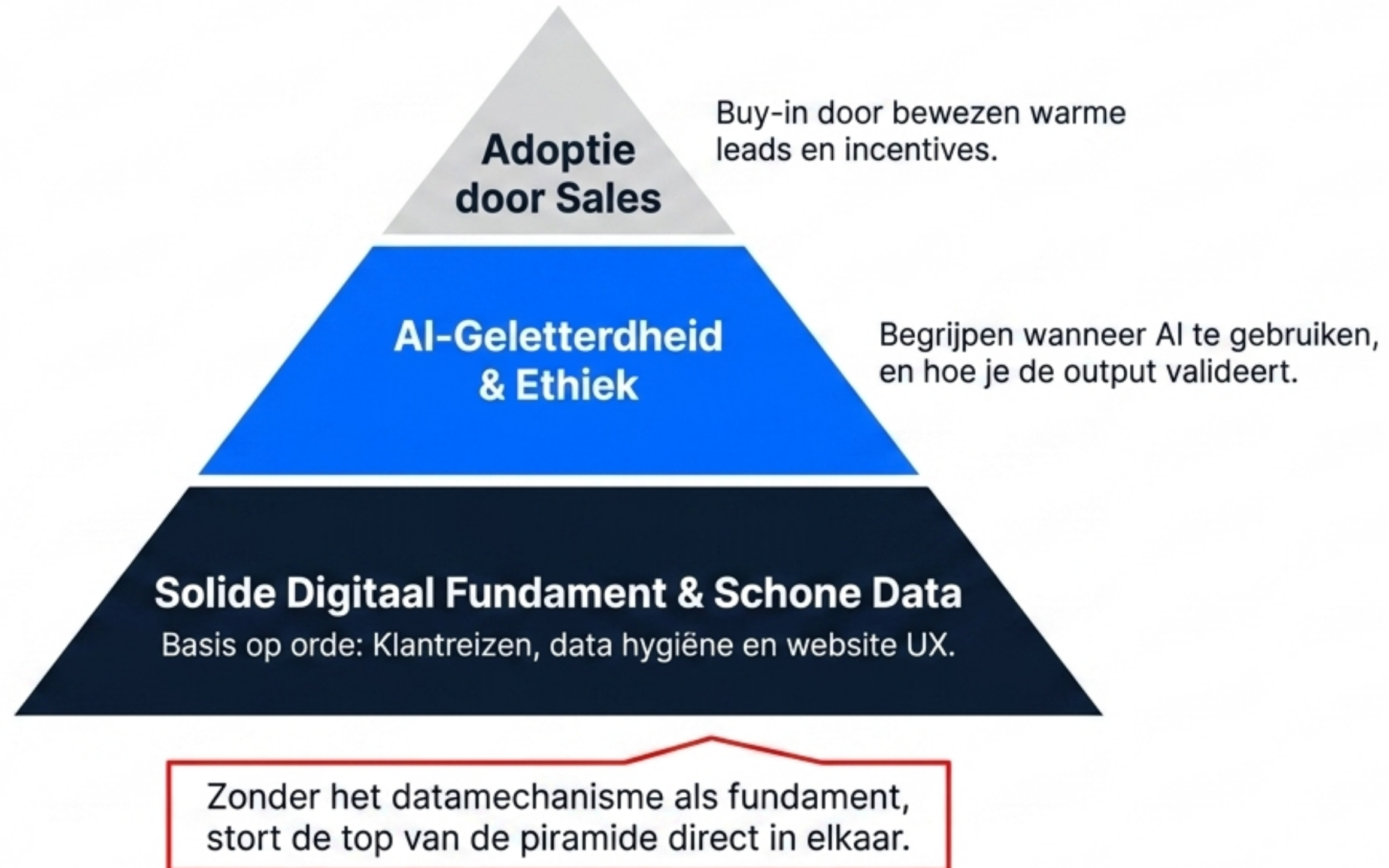
Het KPI Dashboard: Meten voor Impact

Meet niet alleen efficiëntie, maar focus op pipeline velocity en kwalitatieve conversie.



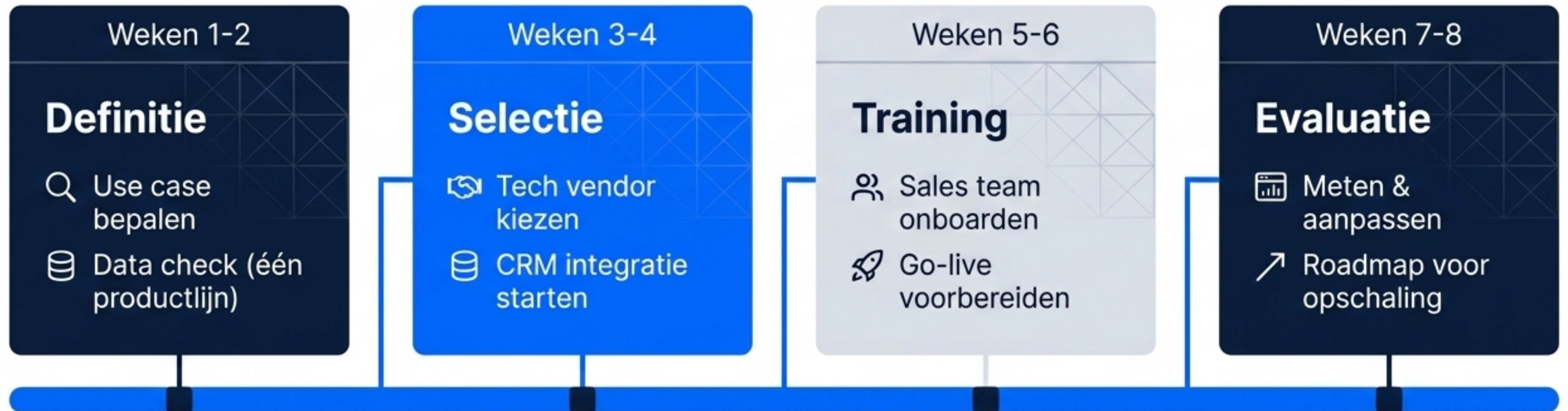
Change Management: Het Team Activeren

Train op **AI-geletterdheid**, niet op knoppencursussen. **Acceptatie door sales staat of valt met vertrouwen.**



Roadmap: De 8-Weken Pilot

Begin klein (één verkoopteam, één productlijn), meet harde resultaten, en schaal daarna pas op.



Executieve Samenvatting & Actieplan Q2

AI verandert de funnel permanent. Pak vandaag de regie.

- 1. Verschuif de Focus**
Van achteraf meten naar real-time buy-side sturing in de oriëntatiefase.
- 2. Verzamel Intentie**
Gebruik conversational tools voor zero-party data in plaats van cookies.
- 3. Borg de Mens**
Behoud strategische account control en focus op het kwalitatieve 'waarom'.

Start Q2 met Stap 1: Definieer uw eerste 8-weken use case pilot.