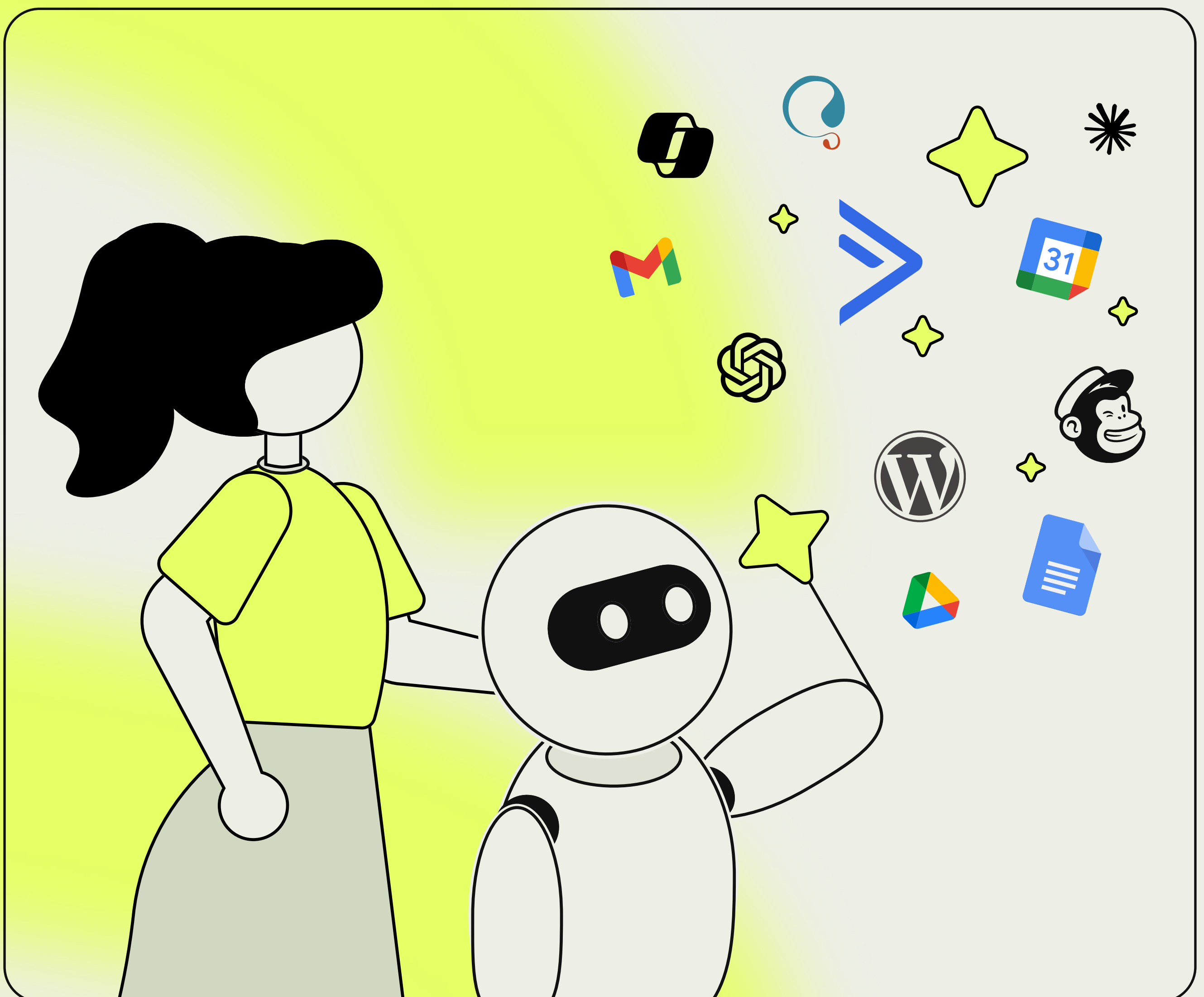


De nieuwe rol van de marketingmanager in het **AI-tijdperk** ✨



Introductie

De rol van de marketingmanager is flink veranderd. Waar je eerder kon bouwen aan je merk en campagnes, vraagt je werk nu om constant schakelen. Tussen content, kanalen, collega's en tools. De druk is hoog. Alles moet sneller, slimmer en beter meetbaar zijn.

En dan is daar AI. Niet als een hype of losse tool, maar als een fundamentele verandering. Een manier om werk te versnellen, processen te versimpelen en ruimte te maken voor wat er vaak bij inschiet: strategie, creativiteit en échte impact.

AI is niet het einde van je vak. Het is het begin van een nieuw soort marketingteam. Slimmer georganiseerd, beter gefocust en klaar voor de toekomst.

Ik laat je zien hoe jij met slimme inzet van AI je werk lichter maakt, je team versterkt en je merk vooruithelpt. Vandaag al.



Bob

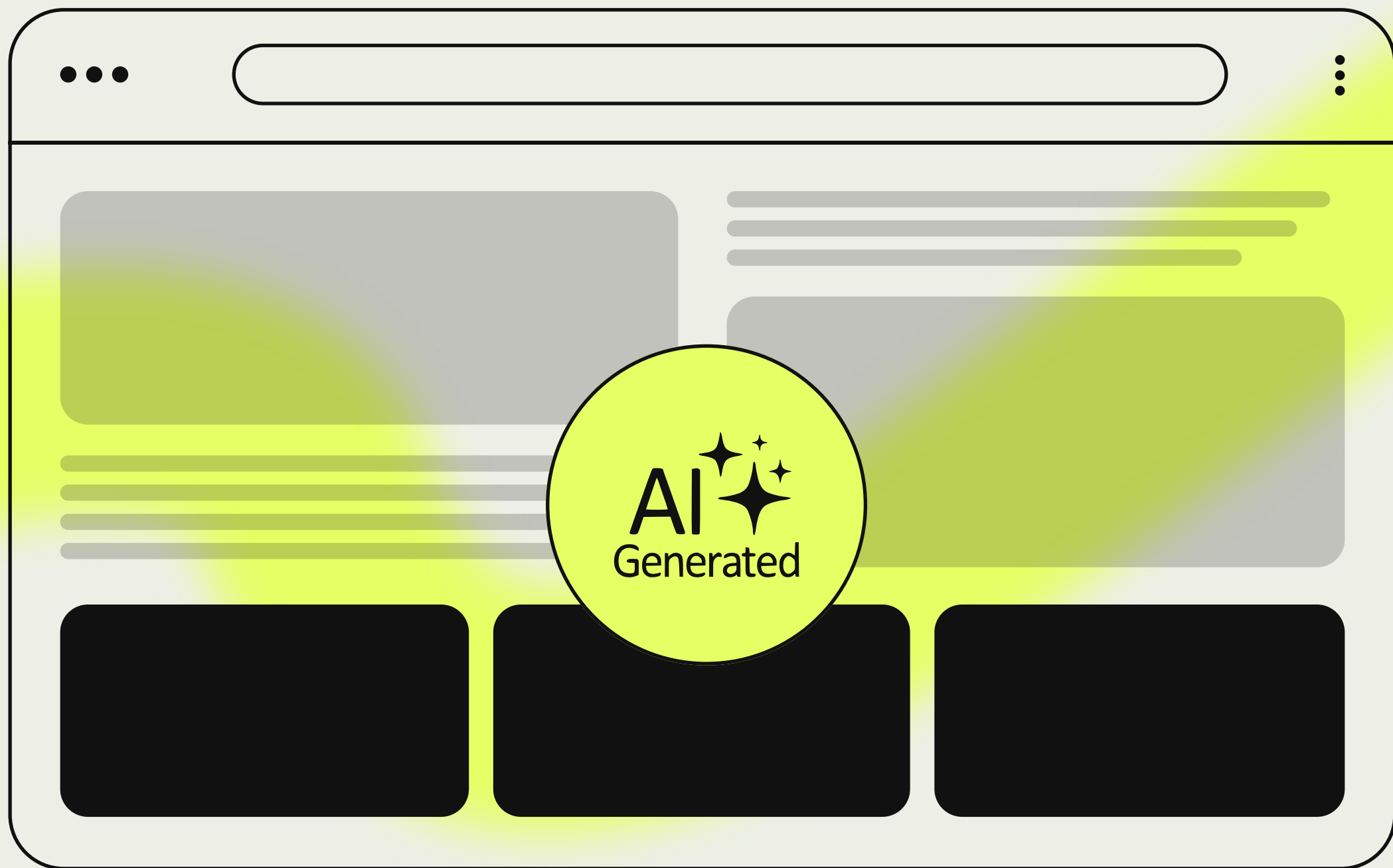
Co-founder / Strateeg

Inhoud

01.	AI in actie: wat je nu al kunt doen	04
01.1	AI als hulp bij contentcreatie: sneller van idee naar publicatie	05
01.2	AI in je website: je digitale assistent achter de schermen	07
01.3	AI in je tools: van e-mail tot dashboards	09
01.4	AI in SEO: zichtbaar blijven in een zoekwereld die verandert	10
02.	Valkuilen en tips: hoe je AI slim inzet	12
03.	Checklist: Is jouw team klaar voor AI?	13

01. AI in actie: wat je nu al kunt doen ✨

AI is allang geen toekomstmuziek meer. Het zit in de tools die je dagelijks gebruikt. Vaak zonder dat je het doorhebt. En het kan nú al het verschil maken in hoe jij werkt.



Niet als vervanging van je team, maar als slimme assistent. Een die helpt om repetitieve taken uit handen te nemen, ideeën aan te dragen en processen te versnellen. Voor marketingteams betekent dat: sneller publiceren, slimmer plannen en makkelijker opschalen. Je hoeft geen nieuw systeem te bouwen of een groot IT-project te starten. Begin klein. Probeer iets uit. Zie resultaat. En bouw van daaruit verder.

In dit hoofdstuk laten we zien hoe je AI vandaag al slim inzet. In contentcreatie, op je website, in je tools én in de manier waarop je samenwerkt.

01.1 **AI als hulp bij contentcreatie:** sneller van idee naar publicatie

Content is nog steeds een van de krachtigste middelen om je merk te bouwen. Maar de druk om meer te maken, sneller te publiceren en op steeds meer kanalen zichtbaar te zijn, neemt alleen maar toe. AI helpt je om die druk om te zetten in daadkracht. Niet door alles van je over te nemen, maar door het proces te versnellen en te vereenvoudigen. Zo houd je grip op tempo, toon en relevantie, zonder in te leveren op kwaliteit.

Zo zet je AI vandaag al slim in bij contentcreatie:

- ✓ **Structuur aanbrengen in ruwe input van collega's**
Denk aan brainstormnotities of projectbriefings of. AI helpt je razendsnel om hier een logische outline van te maken of zelfs een eerste tekstversie.
- ✓ **Schrijven in de juiste tone of voice**
Gebruik AI om een consistente merktoon te bewaken. Train het model met voorbeeldteksten, persona's of stijlregels. Zo blijft je merk herkenbaar, ook als meerdere mensen schrijven.
- ✓ **Social posts genereren op basis van langere content**
Laat AI korte, platform-specifieke content maken op basis van een blog, artikel of interview. Inclusief tone of voice, hashtags en call-to-action.
- ✓ **Een contentkalender opstellen op basis van je webpagina's of thema's**
AI herkent logische clusters, vult gaten en stelt themaweken voor. Zo werk je gestructureerd en doelgericht aan je zichtbaarheid.
- ✓ **Visuals genereren met tools als Midjourney of Adobe Firefly**
Creëer snel beelden die passen bij je verhaal of doelgroep. Handig voor campagnes, blogs of social content
- ✓ **Creatieve varianten maken van campagnebeelden of social posts**
Laat AI visuele of tekstuele alternatieven bedenken voor A/B-tests of specifieke doelgroepen. Zo haal je meer uit één campagne-idee.

Tip: Bouw een eigen merkchatbot met ChatGPT

Laat AI schrijven in jullie tone of voice, op basis van persona's, klantinzichten en voorkeuren. Zo blijf je consistent, ook als meerdere mensen aan je content werken.

“Wat eerst een halve dag kostte, lukt nu in een half uur. En dat maakt het verschil tussen dat doen we later wel en dat staat vandaag nog online.”



Julia

Accountmanager

01.2 AI in je website: je digitale assistent achter de schermen

AI doet inmiddels veel meer dan alleen tekst genereren. Ook achter de schermen van je website ontwikkelt zich een stille revolutie. Wat ooit een statisch publicatieplatform was, verandert stap voor stap in een slimme, meedenkende assistent. Van automatisch vertalen tot SEO-optimalisatie. Van het up-to-date houden van content tot het suggereren van structuur, links en nieuwe invalshoeken. AI neemt repetitieve taken over en maakt van je website een schaalbare contentmachine. Altijd in sync met je merk, je teams en je doelgroepen.

Deze verschuiving vraagt om een nieuwe kijk op webbeheer. Je website is niet langer iets wat je alleen bijhoudt, maar een systeem dat actief met je meedenkt en meehelpt. Denk aan:

- ✓ **Automatisch vertalen**

Veel organisaties willen internationaal opschalen, maar lopen vast op tijd en consistentie. Daarom bouwen wij websites die meertalig én slim zijn. Pas je iets aan? Dan vertaalt AI het automatisch, foutloos en in sync. Lees hoe we dat aanpakken in [ons artikel over automatisch vertalen in WordPress](#).

- ✓ **SEO-copy genereren**

Inclusief metateksten, headings en call-to-actions afgestemd op je doelgroep. AI helpt je sneller publiceren én beter gevonden worden. [Meer over SEO](#)

- ✓ **Slimme suggesties**

Voor interne links, FAQ's of gerelateerde content. Zo versterk je je vindbaarheid en bied je bezoekers altijd relevante informatie.

- ✓ **Sneller webcopy herschrijven of samenvatten**

Bijvoorbeeld voor verschillende doelgroepen of campagnes. Je draait razendsnel varianten op basis van één bronpagina. Zo blijft je site actueel, zonder extra handwerk.

Tip: Automatiseer je contentflow

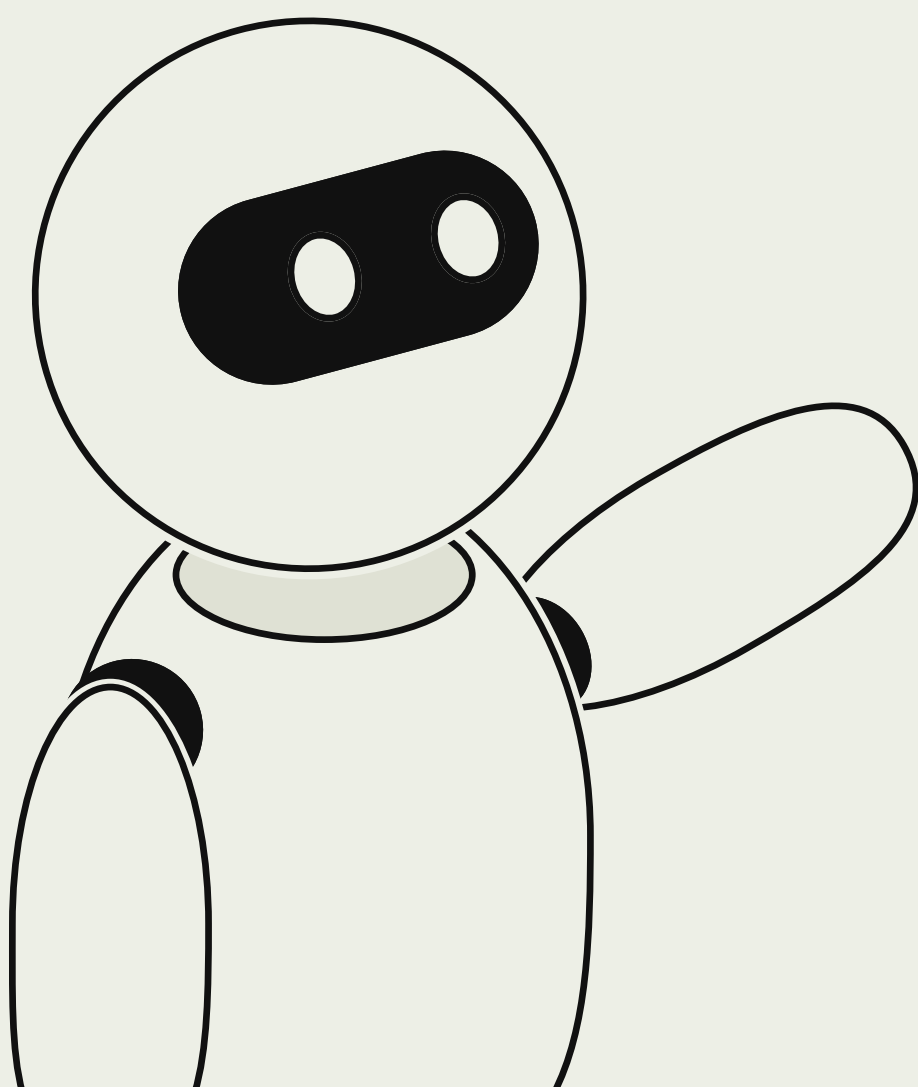
Laat AI monitoren welke pagina's verouderd zijn, welke keywords aan relevantie verliezen en waar kansen liggen voor nieuwe invalshoeken. Combineer dit met een slimme workflowen je hebt een contentproces dat zichzelf aanstuurt. Geen losse lijstjes meer, maar concrete actiepunten op basis van data.

Ben jij al vindbaar in AI's?

AI verandert niet alleen hoe mensen zoeken, maar ook hoe zoekmachines rangschikken. Wil je vindbaar blijven, dan moet je nu al meebewegen. In dit artikel lees je hoe je inspeelt op AI-gedreven zoekgedrag én waarom LLM's straks net zo belangrijk worden als keywords.



llms.txt



Preferred content

Blog artikel

Pagina

Dienst

01.3 AI in je tools: van e-mail tot dashboards

AI zit inmiddels ingebouwd in de meeste tools die je dagelijks gebruikt. Van mail tot CRM, van data tot design. Maar daar écht voordeel uit halen, vraagt om een andere manier van werken. Niet langer eindeloos klikken, zoeken of kopiëren, maar directe input geven en strategisch sturen op output.

Dat betekent: sneller rapporteren, slimmer segmenteren en beter inspelen op wat werkt. Zonder dat je zelf hoeft te programmeren of analyseren. Gewoon door AI te omarmen als digitale assistent en de juiste vragen te stellen aan tools die met je meedenken.

✓ Gmail / Google Workspace

Gemini helpt je e-mails schrijven, samenvatten of beantwoorden. Handig voor inboxbeheer, klantvragen of terugkerende interne communicatie.

✓ Mailchimp / ActiveCampaign

Test automatisch onderwerpregels, optimaliseer verzendtijden of doet contentsuggesties op basis van je doelgroep.

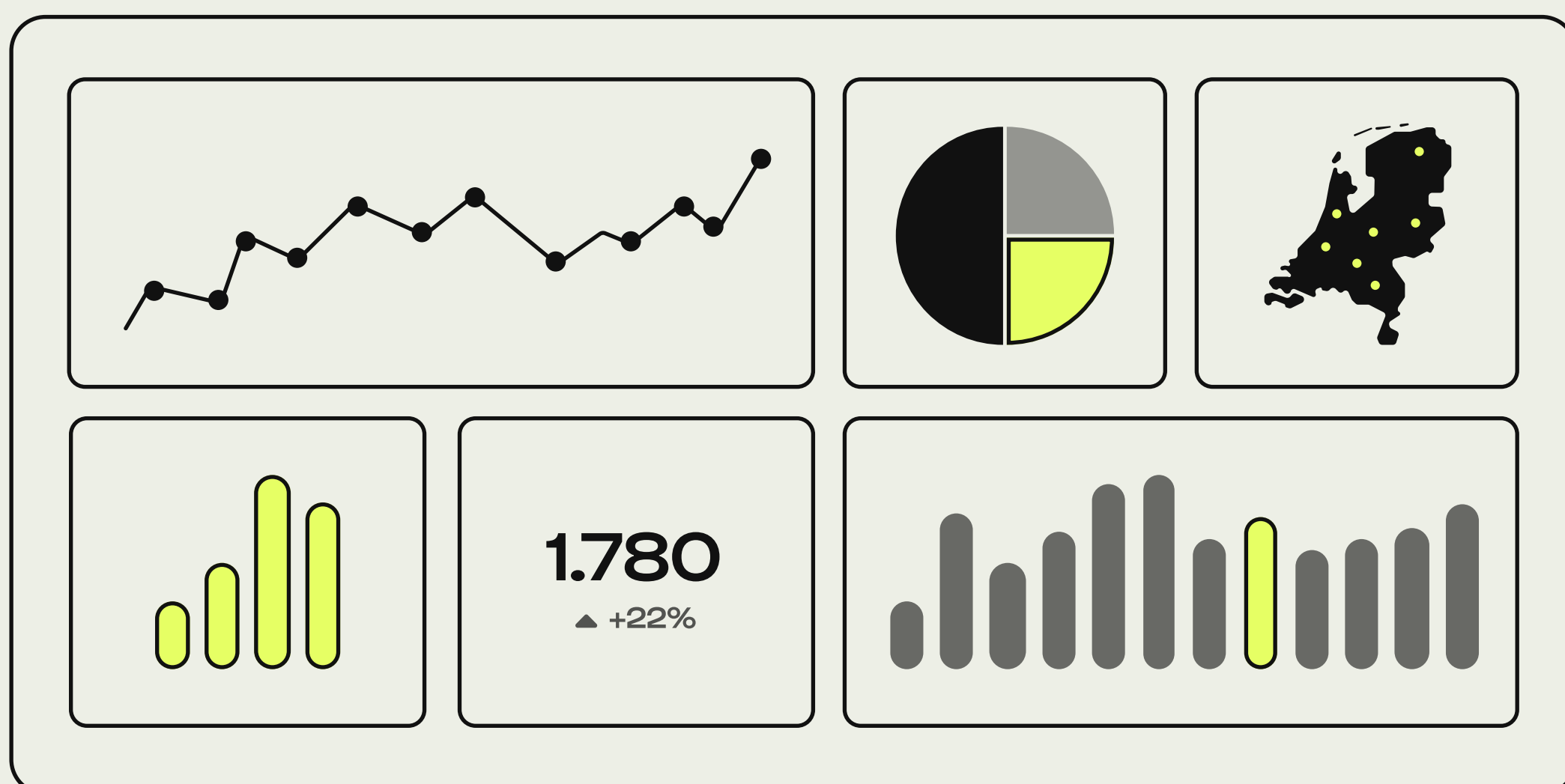
✓ Google Analytics of Looker Studio

Gebruik AI als marketing-analist en krijg direct antwoord op vragen als: “Wat werkte deze maand het best voor onze campagne?”

✓ Excel / Google Sheets

Werk met promptgestuurde formules, visualisaties en rapportages. Geen formules meer googelen want AI helpt je de juiste structuur bouwen.

Goede keuzes maken hoeft geen uren te kosten. Met AI aan je zijde krijg je sneller inzichten en hou je tijd over voor wat echt telt. Gebruik jij die kracht al?



01.4 AI in SEO: zichtbaar blijven in een zoekwereld die verandert

Zoekgedrag verandert. Waar je vroeger alleen optimaliseerde voor Google, zie je nu dat AI-tools zoals ChatGPT, Gemini en Perplexity steeds vaker het eerste aanspreekpunt zijn. Ze geven directe antwoorden, zonder dat mensen zelf hoeven te klikken of zoeken.

Daarom groeit naast SEO een nieuwe discipline: Answer Engine Optimization (AEO) en Generative Engine Optimization (GEO). In plaats van hoger ranken op keywords, draait het nu om relevant zijn voor AI-modellen. En zorgen dat jouw content wordt gekozen als bron. Dit vraagt geen compleet nieuwe aanpak, maar wél een slimme aanvulling op wat je al doet. Hieronder lees je hoe je dat aanpakt.

De bouwstenen van AI-vriendelijke content

AI-modellen 'lezen' content anders dan mensen. Ze zoeken naar structuur, volledigheid en betrouwbaarheid. Door daar slim op in te spelen, vergroot je je zichtbaarheid. Denk aan:

- ✓ **Schrijf voor vragen, niet alleen zoekwoorden**

Beantwoord meerdere verwante vragen binnen één pagina. Gebruik tussenkoppen die de vraag letterlijk herhalen. Zo herkennen AI-tools sneller dat jouw content relevant is.

- ✓ **Laat je expertise zien, ook extern**

Zorg dat je merk genoemd wordt op externe sites. Denk aan interviews, gastblogs of klantreviews. Hoe vaker AI je tegenkomt, hoe groter de kans dat je genoemd wordt als bron. Linkbuilding blijft relevant dus.

- ✓ **Houd je content actueel**

Voeg publicatiedata of changelogs toe. AI geeft vaak voorrang aan recente of regelmatig geüpdatete content.

- ✓ **Gebruik gestructureerde data (zoals schema.org)**

Denk aan FAQ's, HowTo's of artikelmarkeringen. Daarmee geef je AI duidelijke signalen over de inhoud en functie van je pagina.

Zo helpt AI bij je SEO-werkzaamheden

AI is niet alleen iets waar je voor optimaliseert. Het helpt je óók om je eigen SEO sneller en slimmer te doen:

- ✓ **Long-tail zoekwoorden en vragen genereren**

Laat AI zoeken naar synoniemen, gerelateerde vragen of zoekintenties. En combineer met tools als Ahrefs of SEMrush voor zoekvolumes.

- ✓ **Contentstructuur laten opzetten**

Geef AI je hoofdonderwerp, en je krijgt een opzet met headings, subvragen, interne links en suggesties voor visuele formats.

- ✓ **Herschrijven, samenvatten of varianten maken**

Perfect voor A/B-tests, doelgroepgerichte aanpassingen of hergebruik van bestaande content.

- ✓ **Ondersteuning bij technische SEO**

Denk aan robots.txt, sitemap of structured data. AI genereert de eerste versie, jij verfijnd hem.

- ✓ **Concurrentie analyseren**

Geef een lijstje met concurrenten of keywords, en AI helpt je kansen, gaten of trends te signaleren.

Tip: test je zichtbaarheid in AI-zoekmachines

Vraag ChatGPT, Gemini of Perplexity naar vragen die jullie klanten stellen. Wordt jouw merk genoemd? Is jullie content zichtbaar? Zo niet, dan weet je waar kansen liggen.

Hybride strategie = toekomstbestendig

AI verandert de regels van het spel, maar klassieke SEO blijft relevant. De kunst is om ze slim te combineren. Werk aan je techniek, content en linkbuilding zoals je gewend bent. Maar voeg daar AEO- en GEO-principes aan toe: schrijf voor vragen, optimaliseer voor AI, en blijf je content actueel houden.

Zo vergroot je niet alleen je zichtbaarheid in Google, maar óók in de slimme zoekmachines van morgen.



02. Valkuilen en tips: hoe je AI slim inzet 🏰

AI versnelt je werk, maar neemt je denkwerk niet over. Wie denkt dat AI alles automatisch goed doet, komt namelijk bedrogen uit. Want zonder de juiste input, context en controle verliest AI snel aan waarde. Of erger nog: je loopt het risico op middelmatige content, verkeerde inzichten of een onscherpe merkuitstraling.

Zet AI daarom bewust en strategisch in. Dit zijn drie essentiële vuistregels voor elk marketingteam:

1. Goede input = bruikbare output

Hoe scherper je AI voedt met context, doelgroep, tone of voice en doel, hoe beter de resultaten. AI werkt niet goed zonder richting.

2. AI is geen eindredacteur

Laat AI je helpen met de opstart, de structuur of de eerste versie. Maar blijf zelf verantwoordelijk voor de afwerking. Die laatste 30 procent zit in toon, nuance en menselijkheid. Daarmee maak je het verschil.

3. Test, toets en train je team

Werk met vaste prompts of templates, vergelijk outputs, bouw je eigen werkwijze op. En betrek je team erbij: hoe meer collega's leren werken met AI, hoe consistent en efficiënter jullie worden.

“Zie AI niet als vervanging van je team, maar als versterking. Als je het slim inzet, maak je ruimte vrij voor creativiteit, strategie en verdieping. Precies daar waar je als marketingafdeling écht waarde toevoegt.”



Bob
Co-founder / Strateeg

03. Checklist:

Is jouw team klaar voor AI?

Benieuwd of jouw marketingteam klaar is om met AI het verschil te maken? Beantwoord onderstaande vragen en ontdek of je de voordelen van AI al benut of juist veel laat liggen.

Herkenbaar?	Ja	Nee
We schrijven regelmatig content, maar dat kost veel tijd	☐	☐
We publiceren minder dan we zouden willen	☐	☐
We vertalen content, maar dat is handmatig werk	☐	☐
We rapporteren elke maand, maar dat kost uren	☐	☐
We zijn afhankelijk van externe bureaus voor ‘snel iets’	☐	☐
Ons team is kleiner dan onze ambitie	☐	☐
We werken met tools zoals Mailchimp, WordPress, GA4, Canva	☐	☐
We hebben geen duidelijke tone-of-voice / contentframework	☐	☐

Hoe vaak heb je [Ja] aangekruist?

- 0–2 keer → Je draait lekker, maar AI kan je helpen om te versnellen
- 3–5 keer → Er liggen directe kansen om werkdruk te verlagen
- 6+ keer → Tijd om door te pakken. AI kan je merk echt vleugels geven

Klaar voor een slimme website die AI wél praktisch maakt? 😊

Wij bouwen websites die verder gaan dan design en techniek. Slimme, schaalbare platforms die content versnellen, werk uit handen nemen en de kracht van AI benutten op een manier die past bij jouw team.



Onze specialisten denken graag met je mee

Over hoe AI jullie site sterker maakt. Over hoe je klein begint, maar wél toekomstgericht bouwt. Of gewoon over waar je nu tegenaan loopt.

