



Brightminds.

VOOR MARKETING EN COMMUNICATIE

AI voor marketing en communicatie



Van klantkennis naar bruikbare content.

EDITIE SEPTEMBER 2026

PROEFVERSIE

Inhoud

- 1. Je hebt geen tekort aan teksten, maar aan scherpe keuzes 3
- 2. Klantnotities omzetten in hypotheses 4
- 3. Een briefing waar een tekst van kan worden gemaakt 5

Dit is de proefversie. De volledige editie bevat alle hoofdstukken, opdrachten en werkbladen.

1. Je hebt geen tekort aan teksten, maar aan scherpe keuzes

De nieuwsbrief moet eruit, de website kan beter en iemand vraagt om vijf LinkedIn-posts. Al maakt daar snel concepten voor. De moeilijke vragen blijven: voor wie schrijf je, wat kun je bewijzen en wat moet de lezer na afloop begrijpen of doen?

Deze gids is voor marketeers, communicatiemedewerkers en ondernemers die hun eigen marketing doen. Je oefent met vijf taken: klantinzichten ordenen, een inhoudelijke briefing maken, één bron uitwerken naar meerdere vormen, een landingspagina verbeteren en resultaten beoordelen. Het doel is bruikbare communicatie met minder herstelwerk.

Alle bedrijven, interviews en cijfers zijn fictief. We gebruiken geen verzonden testimonials als bewijs. Voor de oefeningen heb je een tekstassistent, een feitenblad over een denkbeeldig aanbod en een eigen redactiedocument nodig. Je hoeft geen advertentieaccount te koppelen of campagnebudget uit te geven.

Begin bij één beslissing van je lezer

Kies bijvoorbeeld: "Na deze pagina kan een eigenaar bepalen of een procesanalyse bij zijn probleem past." Dat is concreter dan "we willen meer zichtbaarheid". Een tekst kan prettig lezen en toch geen keuze helpen maken.

2. Klantnotities omzetten in hypotheses

Drie korte notities

Gesprek 1: eigenaar raakt aanvragen kwijt in verschillende inboxen.

Gesprek 2: teamleider wil geen extra systeem. Gesprek 3: ondernemer vraagt eerst wat een proef kost. Niemand heeft een opdracht toegezegd en er is nog geen meetbaar resultaat.

Orden de notities in letterlijk genoemd probleem, bezwaar, vraag en mogelijke hypothese. Zet bij ieder punt het gespreksnummer. Trek geen conclusie over de hele markt. Maak geen klantcitaat dat niet letterlijk is aangeleverd. Geef drie vragen voor verder onderzoek.

Een bruikbare hypothese is dat een proef in bestaande systemen aantrekkelijker kan zijn dan een groot nieuw platform. Het is nog geen bewezen positionering. Een passende vervolgvraag is welke aanvraag recent gemist werd en wat dat veroorzaakte.

Bewaar de herkomst

Als je verschillende uitspraken tot één mooie quote samenvoegt, heb je geen klantcitaat meer. Gebruik de samenvatting intern en vraag toestemming voordat je echte uitspraken publiceert. Verwijder namen en herkenbare details uit oefendata. De privacybeginselen [S1] helpen bij de gegevenskeuze.

De mogelijke waarde zit in sneller patronen zien die je vervolgens onderzoekt. Het aantal gegenereerde persona's is geen bewijs dat je klanten beter begrijpt.

3. Een briefing waar een tekst van kan worden gemaakt

Je aanbod is een beperkte procesanalyse. Bevestigde feiten: één proces, gesprek met de eigenaar, analyse van toegestane voorbeelden en een bespreking van vervolgstappen. Niet bevestigd: vaste doorlooptijd, besparing, klantresultaten of een bepaald aantal automatiseringen.

Maak een contentbriefing voor een pagina over dit aanbod. Gebruik doelgroep, herkenbaar probleem, bewezen aanbod, vragen van de lezer, uitgesloten claims en één volgende stap. Benoem ontbrekend bewijs. Bedenk geen prijs, garantie, teamgrootte of klantcase.

Een bruikbare briefing vertelt wat de lezer krijgt en wat nog moet worden besproken. Zij begint bijvoorbeeld bij verspreide aanvragen en eindigt met een gesprek over één werkproces. "Binnen twee weken dertig procent efficiënter" blijft weg zolang dat niet onderbouwd is.

Laat AI eerst vragen stellen

Als doelgroep, aanbod of bewijs ontbreken, helpt een vragenlijst meer dan een volgeschreven pagina. Vul de briefing zelf aan. Daarna kan de assistent redigeren. Dit voorkomt dat je later mooie alinea's moet weggooien omdat ze over een dienst gaan die je niet levert.