



De AI-werkwijze voor marketing & sales

Twaalf toepassingen die verder gaan dan teksten genereren. Per toepassing: de werkwijze, een voorbeeld prompt om te kopiëren en de valkuil om te vermijden.



Het verschil zit niet in de tool, die heeft iedereen. Het zit in de **werkwijze**: losse vragen stellen versus vastere routines die elkeweek waarde opleveren.

Voormarketeers en sales professionals · proudpeople.nl

DEEL 1

Analyse: laat AI je funnel verklaren

Vuistregel bij alles hieronder: geef AI context (doelgroep, aanbod, doel) en exacte data. Hoe concreter de input, hoe bruikbaar de output. En deel nooit herleidbare klantgegevens in gratis consumententools.

01 · Verloren deals verklaren

Werkwijze: exporteer de verloren deals van het afgelopen halfjaar (reden, fase, segment, notities) en laat AI patronen zoeken. Herhaal dit elk kwartaal.

VOORBEELDPROMPT

Hier is een export van onze verloren deals (CSV). Analyseer: 1) in welke fase verliezen we het vaakst, 2) welke verliesredenen komen terug per segment, 3) welke drie patronen zien wij waarschijnlijk zelf niet. Onderbouw elk patroon met aantallen uit de data.

Valkuil: vage verliesredenen in je CRM ("prijs") geven vage patronen. Verbeter eerst de registratie, dan de analyse.

02 · De wekelijkse campagne-review

Werkwijze: plak elk maandag de kerncijfers van je lopende campagnes (bereik, CTR, conversie, kosten) in dezelfde promptstructuur. Zo bouw je een vast reviewritueel van tien minuten.

VOORBEELDPROMPT

Dit zijn de campagnecijfers van deze week versus vorige week. Benoem: 1) de grootste positieve en negatieve verschuiving, 2) de meest waarschijnlijke oorzaak per verschuiving, 3) één concreet experiment voor komende week. Maximaal 200 woorden.

Valkuil: AI kent je context van vorige week niet. Bewaar de reviews in één doorlopend gesprek of geef de vorige review mee.

03 · Micro-segmentatie van je doelgroep

Werkwijze: laat AI je klantenbestand opdelen in micro-segmenten op branche, omvangen koopgedrag, en per segment het belangrijkste koopmotief en bezwaar formuleren.

VOORBEELDPROMPT

Hier is ons klantenbestand (geanonimiseerd). Stel 6 tot 8 micro-segmenten voor. Geef per segment: kenmerken, het belangrijkste koopmotief, het grootste bezwaar en één boodschap-haakje voor een campagne.

DEEL 2

Personalisatieopschaal

04 · ICP- en persona-onderzoek

Werkwijze: beschrijf je bestaande klanten en laat AI het gemeenschappelijke profiel destilleren. Gebruik dat profiel daarna als vaste context in al je andere prompts.

VOORBEELDPROMPT

Dit zijn onze tien beste klanten (branche, omvang, aanleiding, resultaat). Beschrijf ons ideale klantprofiel: kenmerken, trigger-momenten om te kopen, beslissers en beïnvloeders, en de drie vragen die zij zich stellen vóór ze een partij als ons benaderen.

Valkuil: "beste" klanten kiezen op omzet alleen. Neem ook marge en samenwerkingsplezier mee, anders schaal je je lastigste klanten op.

05 · Outreach die niet als bulk voelt

Werkwijze: geef AI je kernboodschap plus het profiel van één prospect (site, LinkedIn, recent nieuws) en laat de mail herschrijven rond hún actualiteit. Tien varianten kosten nu een uur, geen dag.

VOORBEELDPROMPT

Dit is onze kernboodschap: [boodschap]. Dit weet ik over de ontvanger: [functie, bedrijf, recent nieuws]. Schrijf een korte mail (max 120 woorden) die opent met hún situatie, niet met ons aanbod. Informeel, geen superlatieven, één concrete vraag als afsluiting.

Valkuil: personalisatie die alleen de bedrijfsnaam wisselt, prikt iedereen door. Eén écht specifiek detail is meer waard dan vijf slimme trucs.

06 · A/B-testhypotheses genereren

Werkwijze: laat AI per campagne-element (kop, beeld, CTA) hypothesen formuleren met verwachting en redenering. Test alleen hypothesen waar een redenering onder ligt.

VOORBEELDPROMPT

Dit is onze huidige landingspagina-kop en CTA, met conversie cijfers. Formuleer 5 A/B-testhypothesen volgens het format: "Als we [verandering], dan [verwacht effect], omdat [psychologisch principe]". Rangschik op verwachte impact.

Valkuil: vijf tests tegelijk starten. Eén test per pagina per periode, anders weet je niet wat werkte.

DEEL 3

Content zonder lopende band-gevoel

07 · Repurposing: één kernstuk, tien uitingen

Werkwijze: schrijf (of neem op) één inhoudelijk sterk kernstuk per maand. Laat AI daar de afgeleiden van maken: posts, nieuwsbriefitem, slides. De denkkraft zit in het kernstuk, de schaal in AI.

VOORBEELDPROMPT

Hier is ons artikel. Maak: 3 LinkedIn-posts (elk één deelinzicht, geen samenvatting), 1 nieuwsbriefitem van 80 woorden en 5 quote-kandidaten voor beeld. Behoud onze toon: informeel, stellig, geen jargon.

Valkuil: de afgeleiden ongelezen publiceren. AI maakt 80% af; de laatste 20% (feiten, toon, scherpte) blijft mensenwerk.

08 · Zoekintentie en contentgaps

Werkwijze: laat AI per dienst de vragen formuleren die jouw doelgroep aan een zoekmachine stelt, in elke fase van de klantreis. Leg dat naast je bestaande content: de gaten zijn je contentkalender.

VOORBEELDPROMPT

Onze dienst: [dienst]. Onze doelgroep: [doelgroep]. Welke 15 vragen stelt deze doelgroep aan Google, verdeeld over oriëntatie, vergelijking en beslissing? Dit is onze huidige contentlijst: [lijst]. Welke vragen dekken we niet af?

Valkuil: AI-zoekwoordsuggesties zijn geen volumedata. Check de kansrijke onderwerpen even in een SEO-tool voor je gaat schrijven.

09 · Concurrentie monitoring als weekritueel

Werkwijze: verzamel wekelijks de publieke uitingen van je drie belangrijkste concurrenten (site-wijzigingen, campagnes, vacatures, posts) en laat AI samenvatten wat het betekent.

VOORBEELDPROMPT

Hier zijn de uitingen van concurrent X van deze week. Vat samen: 1) wat ze claimen en tegen wie, 2) wat er veranderd is ten opzichte van vorige week, 3) welke positionering ze onbezet laten die wij kunnen claimen.

Valkuil: reageren op alles wat een concurrent doet. Monitoring dient je eigen koers, het is geen uitnodiging om te kopiëren.

DEEL 4

Sales: betervoorbereid, sneller opgevolgd

10 · Prospectonderzoek vóór elk gesprek

Werkwijze: tien minuten voor het gesprek: voersite, LinkedIn en recent nieuws van de prospect aan. Alen vraag om een gespreksvoorbereiding. Klinkt als tien jaar branchekennis.

VOORBEELDPROMPT

Ik spreek zo [naam], [functie] bij [bedrijf]. Dit vond ik: [info]. Geef: 1) drie ontwikkelingen bij dit bedrijf die raken aan ons aanbod, 2) drie open vragen die laten merken dat ik me verdiept heb, 3) het bezwaar dat ik waarschijnlijk krijg en een eerlijke reactie daarop.

Valkuil: AI-aannames als feiten opvoeren in het gesprek. Gebruik ze als vragen ("ik las dat jullie..., klopt dat?"), niet als stellingen.

11 · Gespreksverslag, CRM-notitie en opvolgmail in een

Werkwijze: spreek na elk gesprek twee minuten je ruwe notities in en laat AI er drie dingen van maken: een CRM-samenvatting, actiepunten en een concept-opvolgmail. Opvolging binnen een uur in plaats van een week.

VOORBEELDPROMPT

Dit zijn mijn ruwe notities van een salesgesprek. Maak: 1) een CRM-samenvatting van max 100 woorden (situatie, behoefte, bezwaren, volgende stap), 2) mijn actiepunten met deadline, 3) een korte opvolgmail die de gemaakte afspraken bevestigt in onze toon: informeel en concreet.

Valkuil: gevoelige klantinformatie in een consumententool plakken. Gebruik de zakelijke omgeving die jullie IT heeft goedgekeurd.

12 · De bezwarenbibliotheek

Werkwijze: verzamel alle bezwaren uit gespreksverslagen van het afgelopen kwartaal en laat AI ze clusteren met de best werkende reacties erbij. Onboarding-goud voor elke nieuwe collega.

VOORBEELDPROMPT

Hier zijn bezwaren uit onze gespreksverslagen. Cluster ze in maximaal 6 hoofdbezwaren. Geef per cluster: wat de klant écht bedoelt (onderliggende zorg), en een reactie die de zorg serieus neemt zonder defensief te worden. Geen verkooppraat.

Valkuil: de bibliotheek als script gebruiken. Het is een denkraam; opgedreunde antwoorden herken telke inkoper.

Begin klein: kies **tweetoepassingen** uit deze werkwijzer en maak er een weekritueel van. Routines verslaan losse experimenten, elke keer.

Iemand nodig die dit komt inrichten én je team meeneemt?

Onze interim marketeers en sales professionals werken AI-slimenlaten een werkende routine achter, geen losse trucjes.