



AI als creatieve sparringpartner

Frameworks, methodes & prompts voor ondernemers
die AI serieus inzetten in marketing

CONCEPT | strategisch digitaal bureau

CONCEPT | strategisch digitaal bureau

COPYRIGHT © 2026

Concept7 B.V. — Strategisch digitaal bureau
Groningen, Nederland

•

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden
verveelvoudigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming
van Concept7 B.V.

INTRO Hoe gebruik je dit e-paper?

Elk hoofdstuk combineert een bewezen denkkader met een kant-en-klare prompt die je direct in Claude of ChatGPT plakt. De **[haakjes]** vul je zelf in. Het framework vertelt je *waarom* de prompt werkt — dat maakt je zelfstandig in het schrijven van nieuwe prompts.

DE UNIVERSELE PROMPT-ARCHITECTUUR — GEBRUIK DIT ALTIJD

ROLE → CONTEXT → TASK → FORMAT

ROLE: “Jij bent [type expert met specifieke invalshoek]...”

CONTEXT: “Ik run een [bedrijfstype] gericht op [doelgroep]. Mijn USP is [onderscheidend vermogen]...”

TASK: “Jouw taak is om [concrete, afgebakende output] te maken...”

FORMAT: “Geef het als [lijst / tabel / script / alinea's / kolommen]...”

TECHNIEKEN Vijf technieken die elke prompt versterken

1 Chain of Thought

Laat AI hardop redeneren

Voeg toe: **“Denk stap voor stap”** of **“Leg je redenering uit voor je antwoordt.”** Dit dwingt het model dieper te analyseren — ideaal voor strategie, prijsadvies en hypothesen.

2 Few-Shot Voorbeelden

Toon wat je wilt, beschrijf het niet

Voeg 2–3 voorbeelden toe van wat je WEL wilt en 1 van wat je NIET wilt. **“Schrijf in de stijl van dit fragment: [plak tekst]. Niet zo: [plak tekst].”** Sneller en preciezer dan uitleg.

3 Iteratief Verfijnen

Eerste output is versie 0.1

Behandel het eerste antwoord als ruwe stof. Volg altijd op met: **“Maak variant B: korter en directer”** of **“Behoud de structuur maar maak de toon urgenter.”**

4 Persona Roleplay

AI speelt jouw klant

Vraag AI om in de huid van je klant te kruipen en te reageren op je marketingboodschap. **“Jij bent [persona]. Ik pitch: [pitch]. Geef eerlijke reactie met bezwaren.”**

5 Constraints Toevoegen

Beperkingen maken output bruikbaar

Voeg altijd beperkingen toe: **maximale lengte, verboden woorden, verplichte elementen, doelkanaal**. Voorbeeld: “Max 3 alinea's. Geen jargon. Eindig met een call-to-action. Schrijf voor LinkedIn, niet voor een blog.”

Pro-tip — sla je bedrijfsprofiel op: Maak één keer een “context-blok” met je bedrijfsnaam, propositie, doelgroep en toon. Plak dit altijd boven je prompt. Antwoorden worden direct 3× relevanter.

01 Marketing Strategie

AI is sterkst als het strategisch klankbord wanneer je het een bewezen framework geeft om op te redeneren. De combinatie van STP + Jobs-to-be-Done + Value Proposition Canvas geeft de scherpste strategische output.

S STP-model

Segmentatie → Targeting → Positionering

Het klassieke marketingkader. AI maakt het data-rijker: vraag om segmenten op basis van *gedrag*, niet alleen demografie.

PROMPT

"Jij bent marketingstrateeg. Ik run [**bedrijf + propositie**]. Analyseer mijn markt via STP. Per segment: (1) gedragspatroon, (2) motivatie, (3) hoe ik hen bereik, (4) sterkste boodschap. Geen jargon."

J Jobs-to-be-Done

Klanten kopen geen product — ze huren een oplossing

Mensen "huren" producten in voor een functionele, sociale of emotionele klus. AI legt de diepere job achter een aankoop bloot.

PROMPT

"Gebruik Jobs-to-be-Done. Mijn product is [**product**]. Beschrijf de functionele, sociale en emotionele job. Wat is de struggle vóór aankoop? Welke concurrerende oplossingen verdring ik?"

V Value Proposition Canvas (Osterwalder)

Pas je aanbod aan op klantbehoeften

Het canvas verbindt klantprofiel (taken, pijnen, winsten) met je waardemap (producten, pijnstillers, winstverschaffers). AI vult beide kanten in en stelt mismatches bloot.

PROMPT

"Vul het Value Proposition Canvas in voor [**bedrijf/product**]. Klantprofiel: taken, pijnen, winsten. Waardemap: producten, pijnstillers, winstverschaffers. Identificeer de sterkste fit én de grootste mismatch. Sluit af met één verbeterde propositiezin van max 2 regels."

TOEPASSEN Strategisch AI-overleg in 3 stappen

- 1 **Context-blok eerste.** Begin elk strategisch gesprek met je bedrijfsprofiel (wie je bent, wie je klant is, wat je USP is). Sla dit op als sjabloon.
- 2 **Framework benoemen.** Zeg expliciet welk model je wilt gebruiken (STP, JTBD, Canvas). AI past zijn redenering dan aan op dat kader.
- 3 **Altijd doorvragen.** Vraag na elk antwoord: "Wat zijn de 2 grootste risico's in deze analyse?" Dit voorkomt blinde vlekken.

02 Contentcreatie

AI is een krachtige copywriter wanneer je het een bewezen schrijfformule geeft. De drie sterkste voor digitale marketing: AIDA (advertenties), PAS (e-mail & social) en PADS (thought leadership).

A AIDA-model

Attention → Interest → Desire → Action

Het meest gebruikte copywriting-kader. AI past het consistent toe wanneer je het expliciet noemt en per fase een doel geeft.

PROMPT

"Schrijf advertentietekst voor **[product]** gericht op **[doelgroep]** via AIDA. A: verrassende openingszin. I: herkenbaar probleem. D: concrete transformatie. A: lagedrempel CTA. Toon: **[toon]**. Max 100 woorden."

P PAS-formule

Problem → Agitate → Solve

Sterk voor e-mails en social posts. PAS werkt omdat het eerst pijn erkent vóór het een oplossing biedt — empathie in actie.

PROMPT

"Schrijf een PAS-email voor **[product]**. P: probleem in de taal van de klant. A: versterk urgentie met concreet gevolg. S: positioneer mijn aanbod als uitweg. 3 onderwerpregels. Max 150 woorden body."

+ PADS-formule

PADS voegt een Discovery-fase toe aan PAS: de lezer ontdekt zelf waarom verandering noodzakelijk is. Ideaal voor thought leadership, whitepapers en long-form content — minder confronterend dan PAS, dieper dan AIDA.

PADS PADS-formule

Problem → Amplify → Discovery → Solution

P – Problem

Benoem het probleem vanuit de lezer: herkenbaar, specifiek, geen jargon.

D – Discovery

Laat de lezer zelf het inzicht bereiken: stel een retorische vraag of noem een verrassend feit.

A – Amplify

Vergroot de impact: wat kost dit de lezer in tijd, geld of gemiste kansen?

S – Solution

Presenteer de oplossing als logisch gevolg van wat de lezer zojuist ontdekte.

PROMPT

"Schrijf een LinkedIn-artikel via PADS over **[onderwerp]** voor **[doelgroep]**. P: herkenbaar pijnpunt in hun woorden. A: concretiseer de verborgen kosten (tijd/geld/reputatie). D: stel een retorische vraag die het inzicht triggert. S: positioneer **[mijn oplossing/expertise]** als logische volgende stap. Toon: gezaghebbend maar toegankelijk. Max 400 woorden."

PADS vs PAS: Gebruik PAS voor korte social posts en e-mails waarbij urgentie snel moet landen. Kies PADS wanneer je de lezer wil overtuigen zonder druk te zetten — de Discovery-fase creëert intrinsieke motivatie.

03 Storytelling

De sterkste merkverhalen positioneren de klant als held en het merk als gids. AI bouwt dit verhaal consistent op wanneer je het de juiste structuur geeft.

H StoryBrand / Hero's Journey

Jouw klant is de held — jij bent de mentor

Donald Miller's StoryBrand: klant = held, merk = gids met een plan. AI bouwt dit websiteverhaal in één prompt.

PROMPT

"Gebruik StoryBrand. Mijn klant: [persona]. Probleem: [extern + intern]. Ik ben de gids met: [expertise]. Plan: [3 stappen]. Schrijf websitetekst van max 80 woorden."

3 3-Act Structuur voor Cases

Situatie → Conflict → Resultaat

Voor testimonials, cases en LinkedIn-posts. De structuur maakt abstracte resultaten concreet en geloofwaardig — sterker dan alleen statistieken.

PROMPT

"Schrijf klantcase in 3 acts voor [klant + situatie]. Act 1: situatie + kernprobleem. Act 2: aanpak en waarom. Act 3: resultaat in cijfers + quote. LinkedIn, max 250 woorden."

6 De Zes Denkhoeden (De Bono)

Edward de Bono's Six Thinking Hats dwingt AI om content vanuit zes perspectieven te benaderen: feiten, emotie, risico, voordelen, creativiteit en proces. Toepasbaar op elk contentformat — van productpagina tot pitch deck.

■ WIT — Feiten

Welke data en cijfers ondersteunen dit bericht?

■ ROOD — Emotie

Welk gevoel wil je oproepen? Wat voelt de lezer?

■ ZWART — Risico

Wat zijn bezwaren en valkuilen om te adresseren?

■ GEEL — Optimisme

Welke kansen en voordelen wil je benadrukken?

■ GROEN — Creativiteit

Welke verrassende invalshoek maakt dit uniek?

■ BLAUW — Proces

Wat is het doel van dit stuk? Wat moet de lezer doen?

PROMPT

"Analyseer dit contentconcept via de Zes Denkhoeden van De Bono: [beschrijf concept/boodschap]. WIT: welke feiten ontbreken nog? ROOD: welke emotie activeert dit bij [doelgroep]? ZWART: wat zijn de drie sterkste bezwaren? GEEL: wat zijn de drie grootste voordelen? GROEN: geef twee creatieve invalshoeken die niemand verwacht. BLAUW: formuleer de ideale call-to-action. Lever per hoed 2-3 concrete zinnen."

Tone of voice als constraint: Voeg altijd toe: "Schrijf in de toon van [beschrijving] — voorbeeldzin: [plak eigen tekst]." Dit is de snelste manier om AI in jouw schrijfstijl te laten schrijven.

04 Conversie Optimalisatie (CRO)

CRO heeft het snelste ROI-potentieel: een betere pagina levert meer op zonder extra traffic. AI helpt je hypotheses te genereren, gedragssignalen te interpreteren en copy te verbeteren.

H IF / THEN / BECAUSE — Hypothese Formule

Van gevoel naar testbaar experiment

De krachtigste CRO-gewoonte: elke aanpassing op je website begint als een hypothese. Dit dwingt je te redeneren over oorzaak en gevolg — niet alleen over oplossingen.

PROMPT

"Analyseer mijn [landingspagina / productpagina / homepage]. Mijn huidige conversieratio is [X%]. Genereer 5 A/B testhypotheses: 'Als we [element] veranderen naar [variant], dan zal [metric] verbeteren, omdat [gedragpsychologische reden].' Rangschik op verwachte impact."

L LIFT-model (WiderFunnel)

6 factoren die conversie bepalen

Het LIFT-model analyseert elke pagina op: Value Proposition, Relevance, Clarity, Anxiety, Distraction en Urgency. AI past dit toe als CRO-audit.

PROMPT

"Voer een LIFT-model audit uit op: [plak tekst of beschrijf layout]. Beoordeel alle 6 factoren op 1–5. Geef per factor één concrete verbetering."

G Gedragssignalen Interpreteren

Van Clarity/heatmap data naar acties

Microsoft Clarity geeft rage clicks, dead clicks en scrolldata. AI vertaalt deze signalen naar oorzaken en oplossingen. Gratis installeren: clarity.microsoft.com

PROMPT

"Gebruikers op mijn pagina: [beschrijf gedrag uit Clarity]. Geef 3 meest waarschijnlijke oorzaken. Per oorzaak één concrete UX-aanpassing die ik deze week test."

CRO HABIT De 30-minuten maandelijkse CRO-sprint

- 1 **Observeer (10 min):** Open Clarity. Bekijk de heatmap en 3 sessie-opnames. Noteer het meest opvallende gedragspatroon.
- 2 **Hypothese (10 min):** Gebruik de IF/THEN/BECAUSE formule. Schrijf één hypothese op basis van wat je zag.
- 3 **Test (10 min):** Implementeer de kleinste aanpassing die de hypothese test. Meet zodra je steekproefomvang bereikt is én de test minimaal één volledige business cycle heeft doorlopen.

05 SEO — Zoekmachineoptimalisatie

De sterkste SEO-content matcht de zoekintentie precies. AI bepaalt welk type content per intentie het beste rankt en schrijft het direct.

I Search Intent Framework

Informational · Navigational · Commercial · Transactional

Elk zoekwoord heeft een primaire intentie. AI bepaalt welk contentformat rankt — artikel, gids, product of vergelijking — en schrijft het direct.

PROMPT

"Analyseer zoekwoord **[keyword]**. Wat is de primaire zoekintentie? Welk contentformat rankt het best? Schrijf een SEO-geoptimaliseerde H1, meta-description en inleiding van 60 woorden."

T Topic Cluster Strategie

Pillar page + cluster content = autoriteit

Één brede pillar page, omringd door cluster-artikelen over subtopics. AI bouwt de volledige structuur en schrijft contentbriefings.

PROMPT

"Bouw topic cluster voor **[hoofdonderwerp]** in branche **[branche]**. Geef: 1 pillar page-titel, 8 cluster-artikelen met zoekintentie per artikel, en de interne linkstrategie."

06 GEO — Generative Engine Optimisation

"GEO is de nieuwe SEO. Je klanten zoeken steeds vaker in ChatGPT, Perplexity en Gemini. Als jij daar niet gevonden wordt, besta je niet."

— AI Marketing Beyond Content Creation, Concept7 · 2026

C Citability Framework

Wordt geciteerd door AI-zoekmachines

AI-zoekmachines citeren bronnen die: directe antwoorden geven, statistieken bevatten en autoriteit uitstralen. Schrijf content zo dat AI het wil citeren.

PROMPT

"Herschrijf **[tekst]** zodat hij door AI-zoekmachines geciteerd wordt. Voeg toe: directe Q&A structuur, een statistiek, en een heldere definitie. Max 200 woorden."

A AI Zichtbaarheidsaudit

Word jij gevonden in ChatGPT?

Test nu je zichtbaarheid: zoek je productcategorie in ChatGPT en Perplexity. Wordt jouw merk of expertise geciteerd? Gebruik dan de vervolgprompt.

VERVOLGPROMPT (IN CLAUDE/CHATGPT)

"Hoe zorg ik dat mijn website vaker geciteerd wordt bij zoekopdrachten naar **[productcategorie]**? Geef 5 concrete content-acties, gerangschikt op impact."

07 Doelgroep, Persona & Customer Journey

P Synthetische Persona (Level 3)

Van statisch PDF naar interactieve gesprekspartner

De krachtigste persona-techniek: AI speelt je klant. Test bezwaren, valideer berichten en prik aannames door — zonder onderzoeksbudget.

PROMPT — BOUW & INTERVIEW

“Maak persona [naam, leeftijd, functie, situatie]. Diepste frustratie: [frustratie]. Beslistype: snel-emotioneel of langzaam-rationeel? #1 bezwaar bij mij te kopen? Blijf in karakter tot ik ‘stop roleplay’ zeg. Ik pitch nu: [pitch].”

J Influence Map — Customer Journey 2026

Niet-lineair, inclusief AI-touchpoints

De traditionele funnel is verouderd. BCG's influence map: niet-lineair, met AI-agenten als touchpoints, vertrouwen als centrale driver.

PROMPT

“Maak een niet-lineaire customer journey voor [persona] die [product] overweegt in 2026. Inclusief AI-touchpoints (ChatGPT, sociale AI-feeds), terugstappen en de 3 meest kritieke vertrouwensmomenten.”

08 Pricing Strategie

Pricing is het meest onderbenutte marketinginstrument. AI combineert prijspsychologie, concurrentieanalyse en propositie-framing tot een scherpe strategie.

V Value-Based Pricing

Prijs op waarde, niet op kosten

De sterkste prijsstrategie begint bij de waarde die de klant ervaart. AI kwantificeert die waarde en schrijft de onderbouwing voor je offerte.

PROMPT

“Mijn dienst is [dienst] voor [prijs]. Kwantificeer de waarde in €, tijd of risicoreductie. Schrijf een value-based prijsonderbouwing voor in een offerte.”

D Decoy Effect & Prijsframing

Psychologie in je pakketstructuur

Een duurder decoy-pakket maakt je middelste optie aantrekkelijker. AI ontwerpt de optimale pakketstructuur en schrijft de framing die bezwaren wegneemt.

PROMPT

“Ontwerp een 3-pakket structuur voor [dienst] met decoy effect — target: 70% kiest het middelste pakket. Geef daarna 3 manieren om prijs [prijs] te framen zodat bezwaar [bezwaar] wegvalt.”

OVERZICHT

Jouw complete prompt-toolkit

Alle frameworks en bijbehorende kernprompts op één pagina. Gebruik als snelle referentiekaart.

Domein	Framework	Kern van de prompt — vul [haakjes] in
Marketing	STP-model	Analyseer mijn markt via STP. Per segment: gedragspatroon, motivatie, bereik, boodschap.
Marketing	Jobs-to-be-Done	Beschrijf de functionele, sociale en emotionele job die mijn klant wil laten uitvoeren.
Marketing	Value Prop Canvas	Vul het Value Proposition Canvas in. Identificeer sterkste fit én grootste mismatch.
Content	AIDA	Schrijf advertentietekst via AIDA: verrassende opening, herkenbaar probleem, transformatie, CTA.
Content	PAS-formule	Schrijf PAS-email: verwoord probleem in klant-taal, versterk urgentie, bied uitweg.
Content	PADS-formule	Schrijf LinkedIn-artikel via PADS: pijnpunt, verborgen kosten, retorische vraag, oplossing als logisch gevolg.
Storytelling	StoryBrand	Klant is held, ik ben gids, plan in 3 stappen. Websitetekst max 80 woorden.
Storytelling	3-Act Case	Act 1: situatie + probleem. Act 2: aanpak. Act 3: resultaat in cijfers + quote.
Creatief	Zes Denkhoeden	Analyseer concept via De Bono: feiten, emotie, risico, voordelen, creativiteit, proces. Lever 2–3 zinnen per hoed.
CRO	IF/THEN/BECAUSE	Genereer 5 A/B hypothesen: ‘Als we [X] veranderen, dan zal [metric] verbeteren, omdat [reden].’
CRO	LIFT-model	LIFT-audit: beoordeel alle 6 factoren op 1–5, geef per factor één verbetering.
CRO	Gedragssignalen	Gebruikers doen [gedrag uit Clarity]. Geef 3 oorzaken + 1 UX-aanpassing per oorzaak.
SEO	Search Intent	Analyseer zoekintentie van [keyword]. Welk contentformat rankt? Schrijf H1, meta, inleiding.
SEO	Topic Cluster	Bouw topic cluster: 1 pillar page, 8 cluster-artikelen met intentie, interne linkstrategie.
GEO	Citability	Herschrijf voor AI-citeerbaarheid: Q&A structuur, statistiek, definitie. Max 200 woorden.
Persona	Synthetische Persona	Speel persona [naam]. Blijf in karakter. Ik pitch [pitch]. Reageer eerlijk met bezwaren.
Journey	Influence Map	Niet-lineaire journey voor [persona], inclusief AI-touchpoints en vertrouwensmomenten.
Pricing	Value-Based	Kwantificeer de waarde die ik lever in €, tijd of risicoreductie. Schrijf prijsonderbouwing.
Pricing	Decoy + Framing	3-pakket structuur met decoy. Daarna 3 manieren om prijs te framen zodat bezwaar wegvalt.

De drie mindset-shifts

- 1

Van tool naar systeem. Verbind research, persona, journey, funnel en optimalisatie.
- 2

Van campagnes naar experimenten. Elk AI-prompt is een hypothese. Wie het meest test, wint.
- 3

Van efficiëntie naar betekenis. Gebruik de tijdswinst voor vertrouwen bouwen, community en empathie.

GRATIS TOOLS — DIRECT STARTEN

Claude.ai / ChatGPT — alle prompts

Microsoft Clarity — clarity.microsoft.com

Google Analytics 4 — Predictive Audiences

Miro (gratis tier) — journey mapping

AnswerThePublic — doelgroepvragen

Canva AI — visuele A/B varianten

OVER DIT E-PAPER

AI als creatieve sparringpartner

Dit e-paper is geschreven voor ondernemers en marketingprofessionals die klaar zijn om AI strategisch in te zetten — niet als content-machine, maar als denkpartner die hun expertise versterkt.

VOOR WIE

Ondernemers, marketingmanagers en contentprofessionals die AI serieus willen inzetten in hun marketingstrategie — en daar direct resultaat uit willen halen.

- 19 bewezen frameworks voor strategie, content, CRO, SEO/GEO en pricing
- Kant-en-klare prompts die je direct in Claude of ChatGPT plakt
- Gebaseerd op actuele praktijkcases uit het Nederlandse mkb
- Opgesteld door Concept7, strategisch digitaal bureau uit Groningen

“De kans ligt niet in snellere content, maar in diepere strategie.

AI levert de instrumenten — menselijke expertise componeert de muziek.”