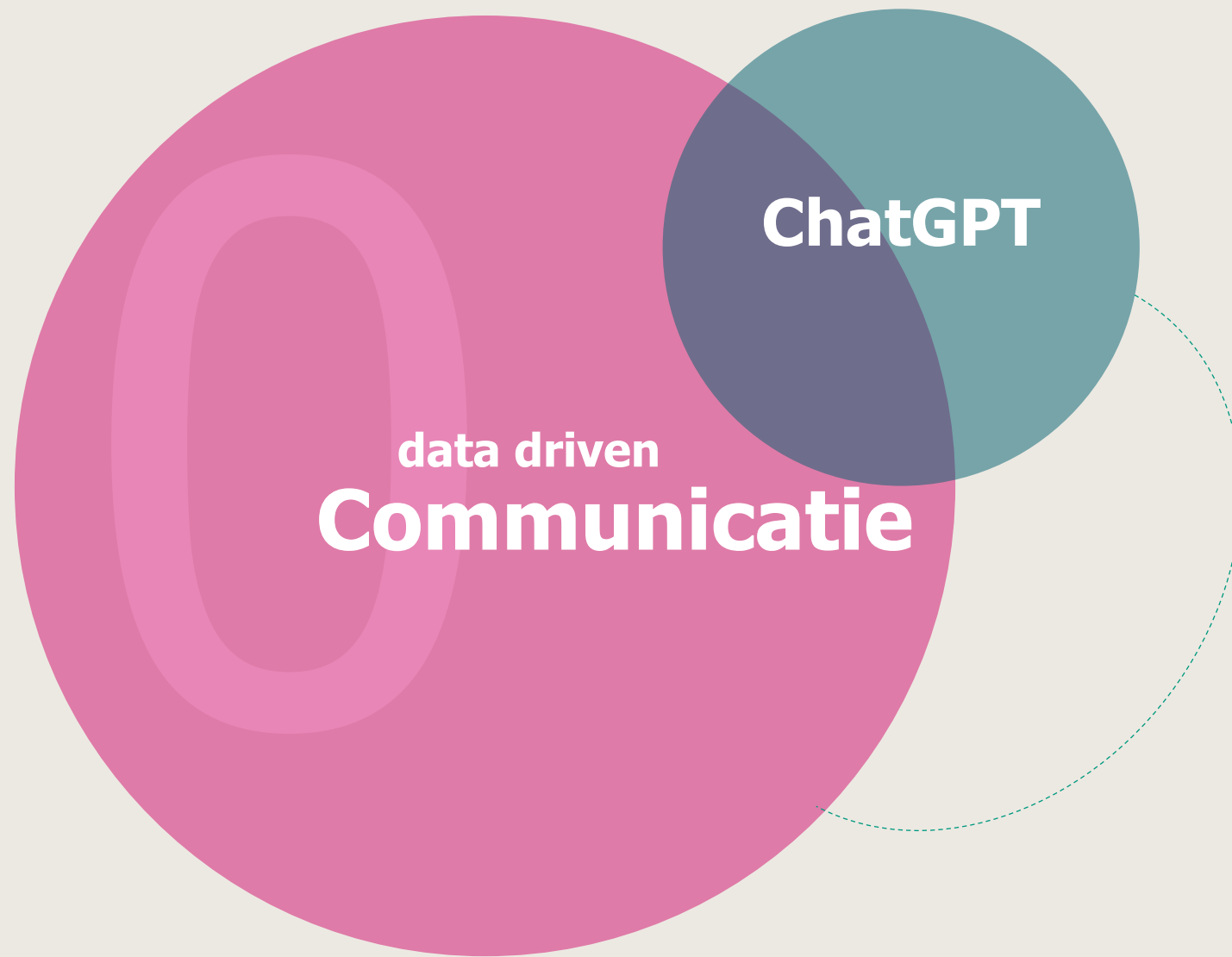




Ai → communicatie?

1. **Brainstormen** → ideeën leveren, kopsuggesties, andere insteek
2. **Checklist maken** → voor maker en voor ontvanger
3. **Opzet en indeling** → voor artikelen genereren
4. **Schrijven van teksten** → artikelen, social media, productbeschrijvingen
5. **Samenvatting maken** → van teksten, excels, rapporten
6. **FAQ genereren** → maakt o.b.v. een verhaal zelf FAQ's
7. **Eindredactie** → herschrijven, taal- en stijlfouten oplossen
8. **SEO** → keywords geven, teksten optimaliseren voor zoekmachines
9. **Vertalen** → van content naar 65 talen
10. **Content aanpassen** → naar doelgroepen, denk- en taalniveaus
11. **Contentkalender** → maken voor een heel jaar
12. **Verhalen checken** → of ze passen binnen je strategische pijlers

50 TIPS!
van Chat zelf



AI → Assistent

Input

Brainstormen

1. Meetings
2. Concepten
3. Artikelen

Analyse

Checken

4. Briefings
5. Teksten
6. Vertalingen

Productie

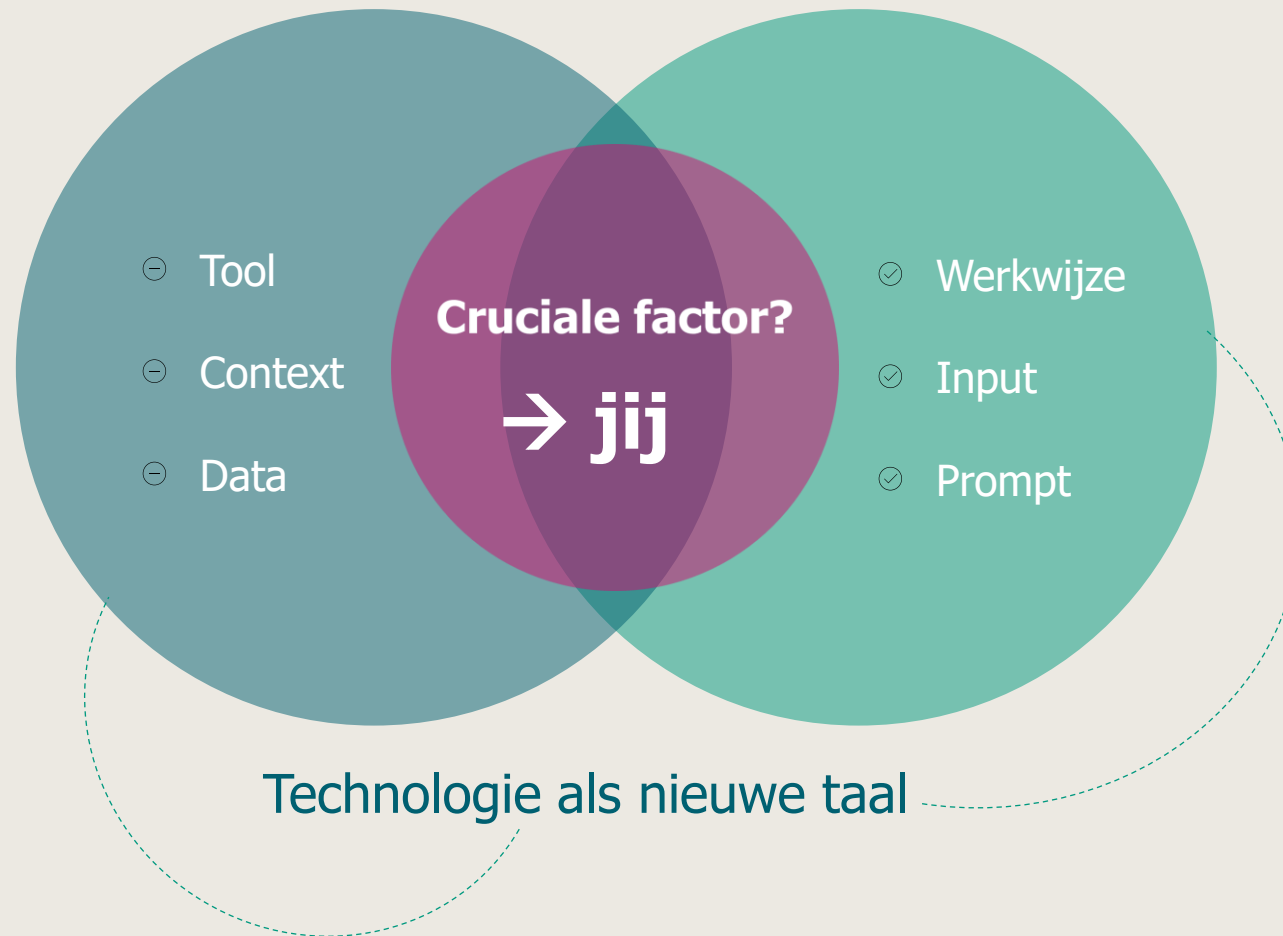
Maken

7. Opzet artikelen
8. Contentkalender
9. Communicatieplan

Aanpassen

10. Leesniveau
11. Talen
12. SEO

Kwaliteit → ChatGPT?



Tech als → nieuwe Taal

AI biedt ongekennde **mogelijkheden** voor **commprofs**.

Maar... **meeste gebruikers** hebben **geen idee** waar te beginnen.

Dus gebruiken ze **ChatGPT** als **productiemachine**.

Gevolg → **fast food content**.

Het → probleem

Bij de meeste **communicatieafdelingen** is...

NIET een **gebrek** aan content.

Het probleem = **content met impact**

communicatie

impact

praktijk

Doel → communicatie

impact



doelgroep

Maar → praktijk

Bereiken veel organisaties hun **stakeholders** & **doelgroepen** onvoldoende. Want...

- Je hebt **geen** goede **informatie** over je doelgroepen.
- Je hebt te **weinig zicht** op je **resultaten**.
- En er is veel te **weinig tijd**.

Met als → gevolg

Veel adhoc werk

- Waan van de dag
- Gevoel achter de feiten aan te lopen
- Geen ruimte voor lange termijn

Veel output, weinig impact

- Vol in productie, altijd onderbezet
- Veel zender-gedreven content
- Weinig interactie met doelgroepen



Kern → vraag

**Hoe heb je meer impact
met communicatie?**

data driven

method

oplossing

Waarom → data?

ONDERZOEK: 80% online corporate communicatie mist doel

Van alle online corporate communicatie bereikt 80% nooit een doelgroep. Dat blijkt uit een uitvoerig data-onderzoek.

Van de 10 artikelen op de site van een organisatie – het belangrijkste owned medium – kun je er 8 net zo goed niet maken. Ze worden in elk geval via search niet gevonden, niet gelezen en sorteren dus geen enkel effect. Er ligt dus nog al wat ruimte om de online corporate communicatie te verbeteren.



twingly.com

<https://blog.twingly.com/the-com...> · Vertaal deze pagina

“The communication industry will inevitably be more data ...

17 jan 2023 — What **makes** Maverick different from other **communications** consultancies? We are very clear about our mission, which is to **make** a difference for ...

Meer **impact**

Betere **positie**

Leuker **werk**

AI → tools

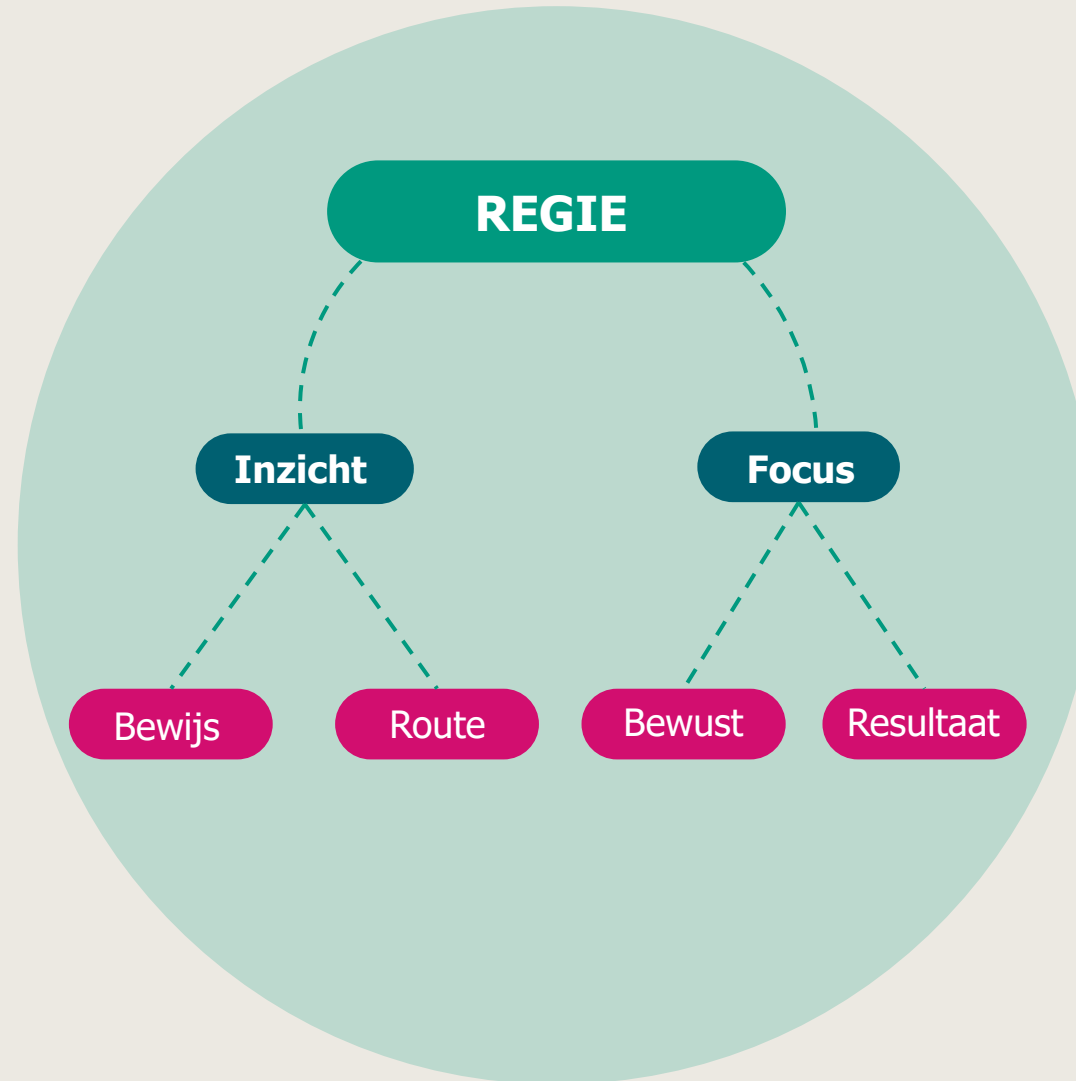


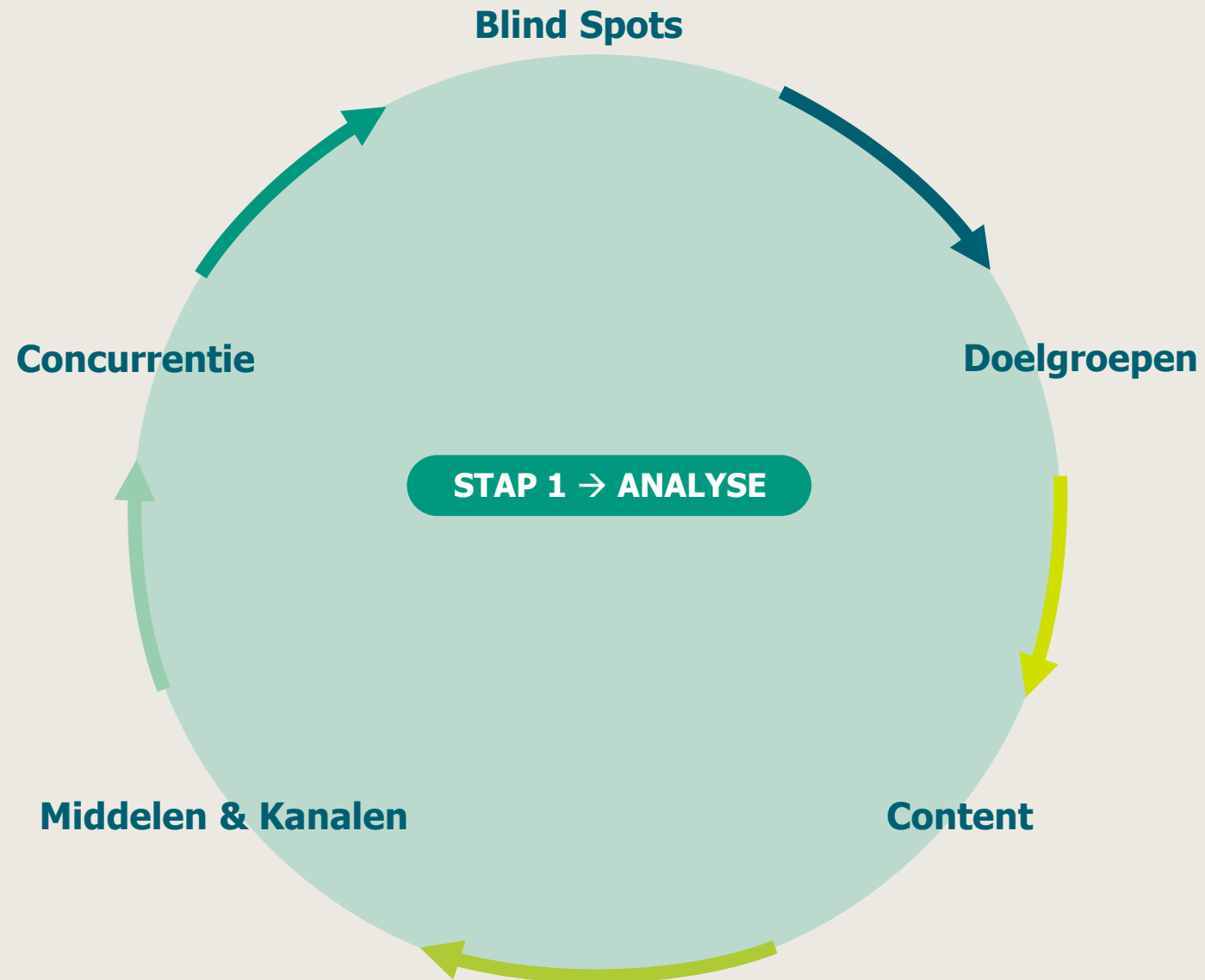
Zinloos zonder methode

Effectieve communicatie → methode

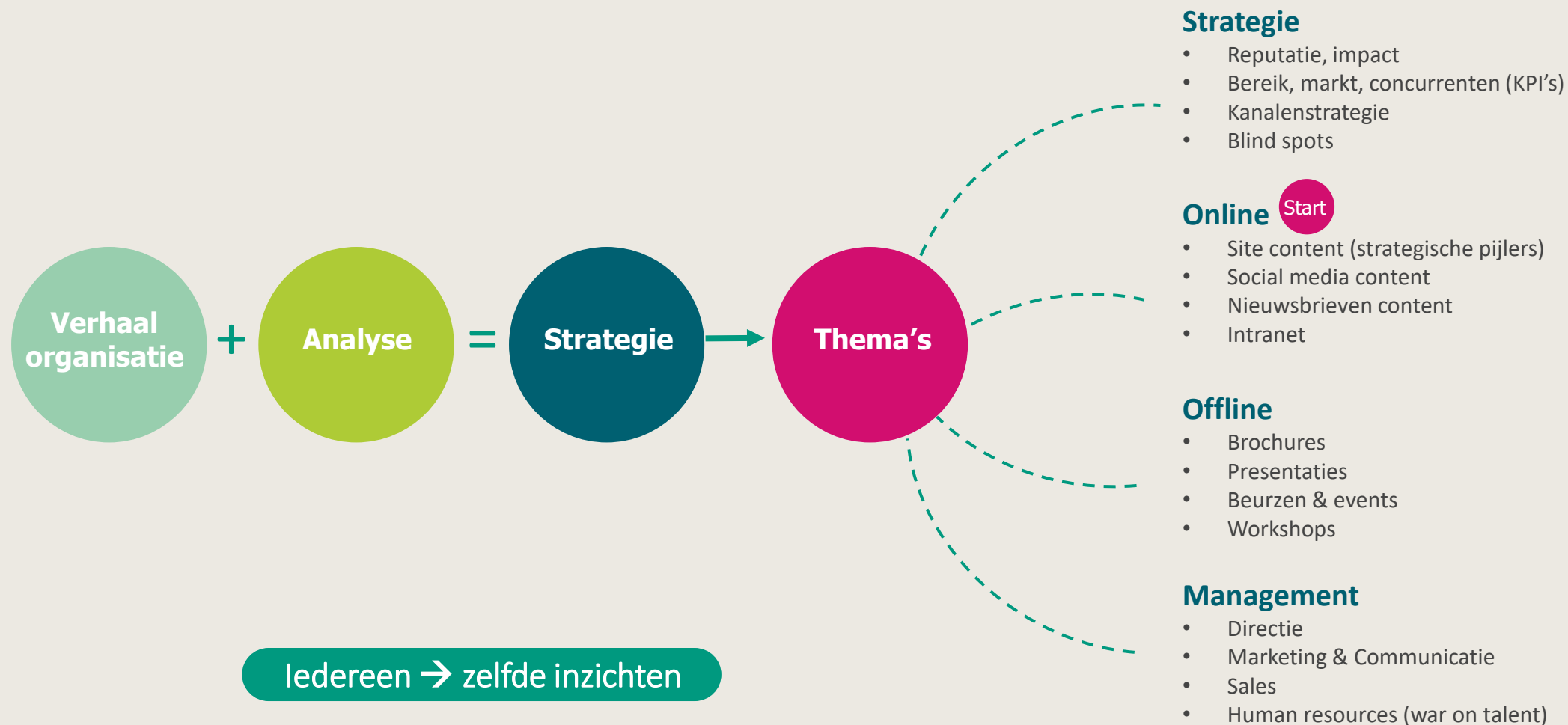


Methode
zorgt voor



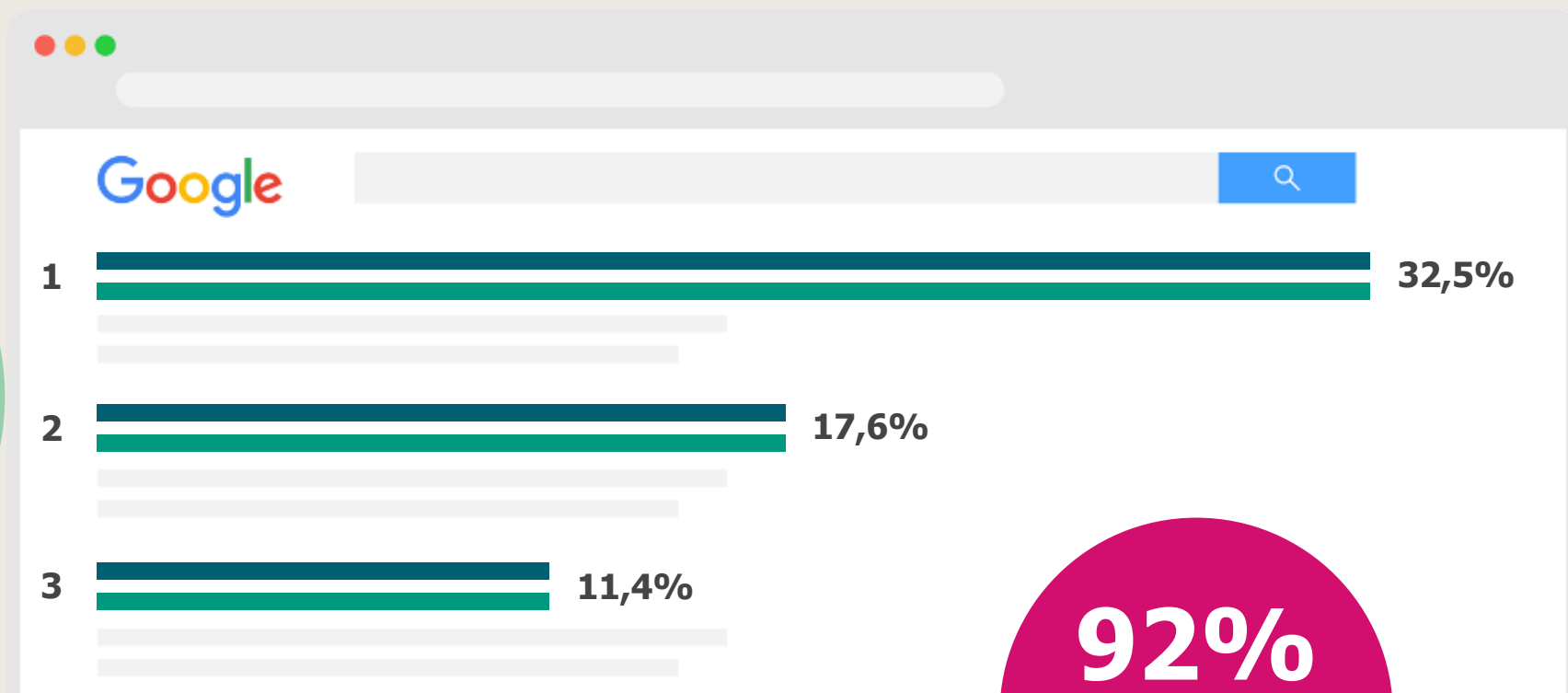


Relevante → inzichten



Start → hier

>80%
ORIENTATIES
B2B & B2C
START ONLINE



92%
BEZOEKT
ALLEEN
PAGINA 1

Kwaliteit boven → kwantiteit

- Het doel is **niet zoveel mogelijk** mensen bereiken, maar de **juiste mensen**.
 - Een positie in de top 10 van Google is een **indicatie**.
- **User Generated Verdict** → Hoe **relevant** en **waardevol** is je verhaal?
- Meedoen in de top 10 is een objectieve **meting** die toont hoe **effectief** je **communicatie** is.

communicatie

case

data

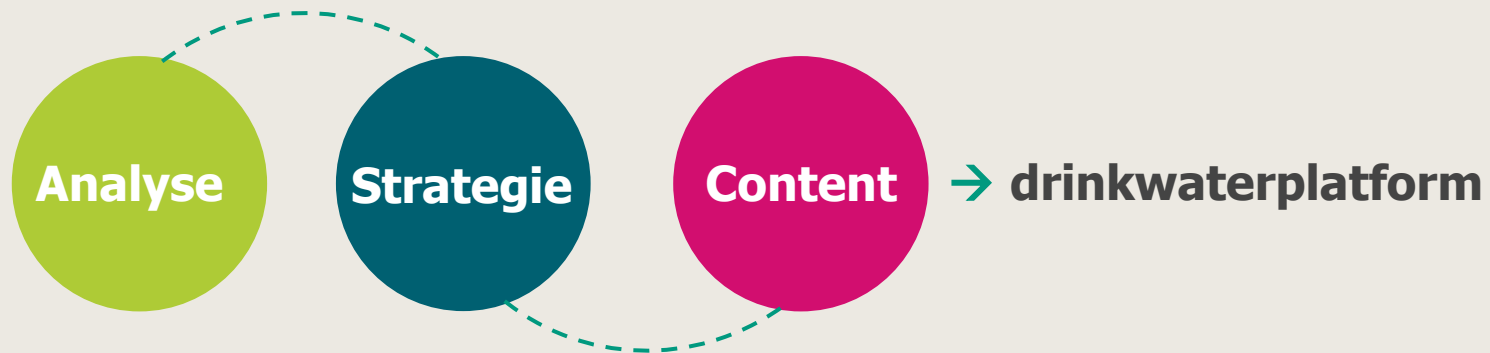


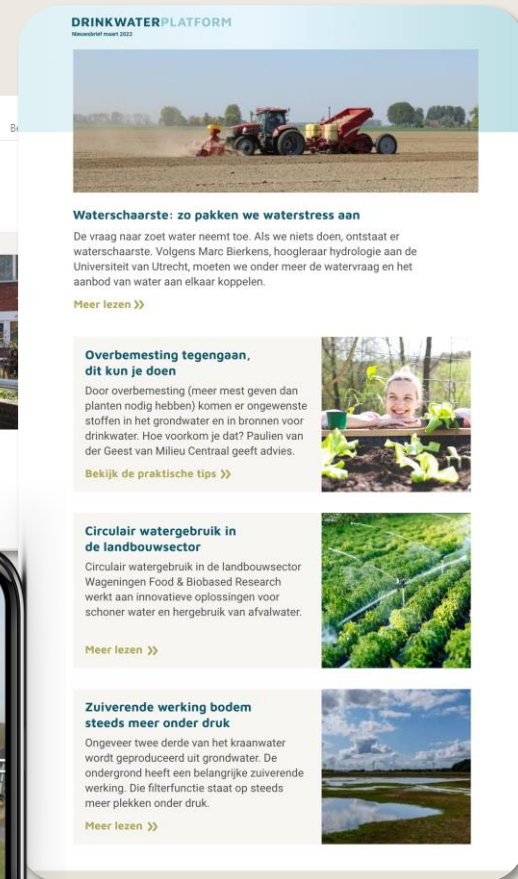
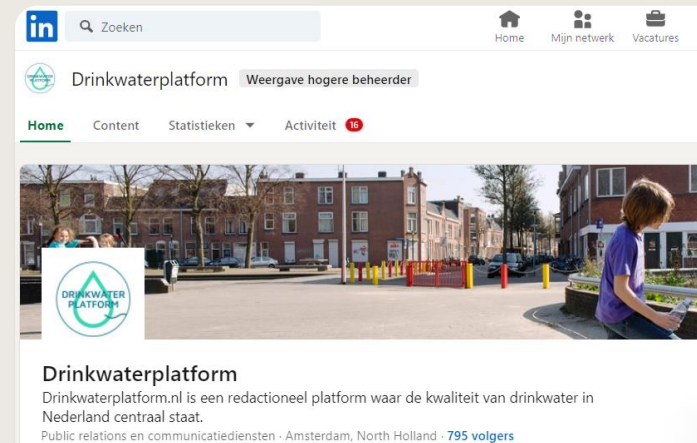
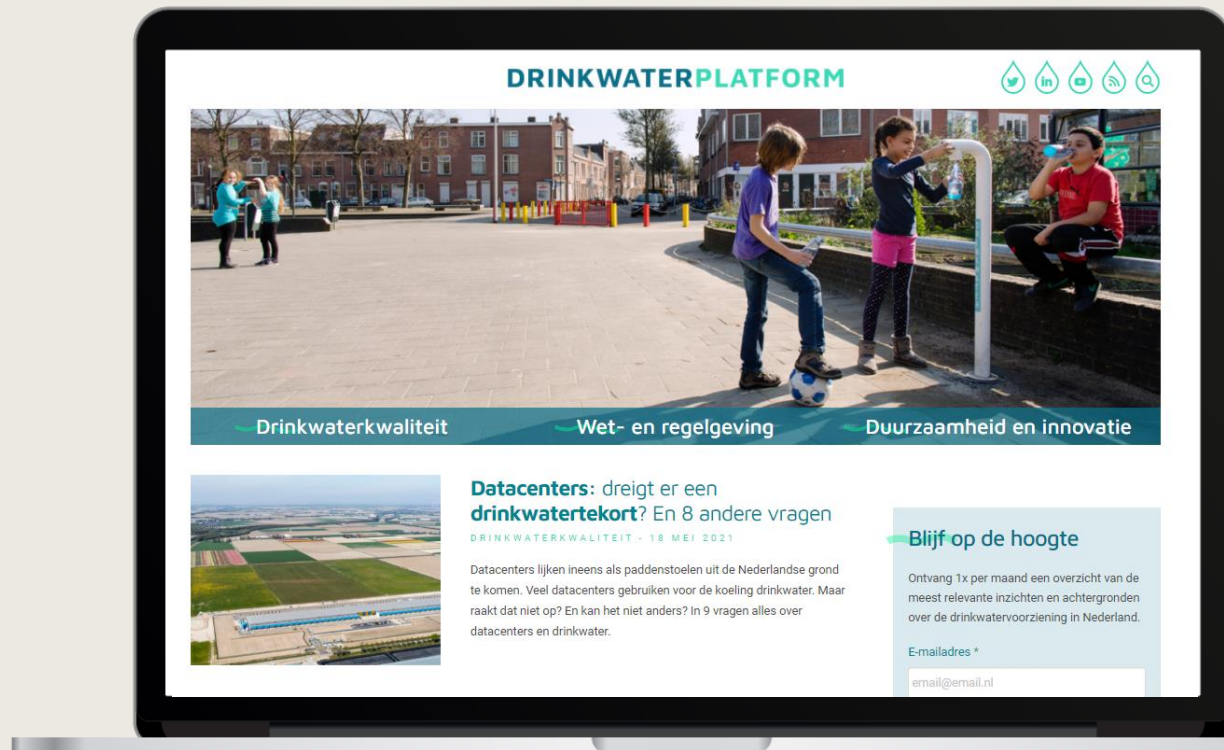
Drinkwaterbedrijven Nederland

Hoe **bereik** je **doelgroepen**
die **niet op jouw verhaal**
zitten te **wachten**?

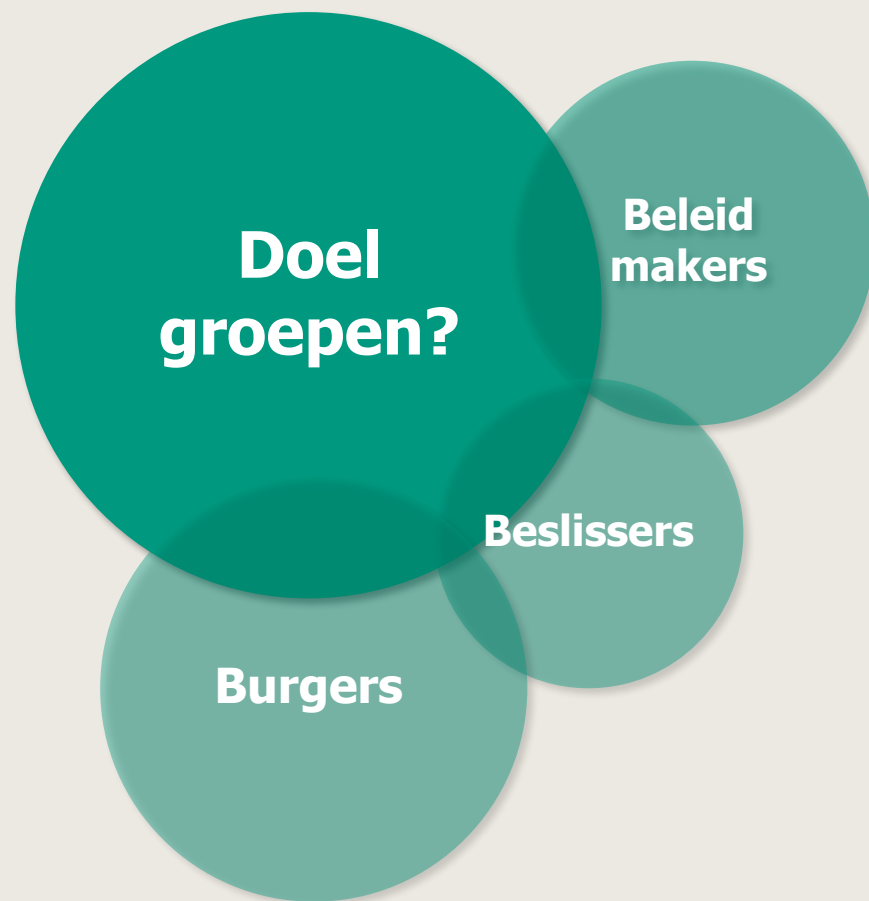
Situatie

- Drinkwaterbronnen in NL worden **bedreigd**: droogte, medicijnresten, PFAS, landbouwgif, warmtenetten etc.
- De **10 waterbedrijven** zitten – in tegenstelling tot de waterschappen – **niet** aan de **klimaattafels**.
- Toch willen zij **invloed uitoefenen** op de 3 B's: **beleidmakers**, **beslissers** en **burgers**.
- Dit lukt **niet via de eigen platformen**, waarop iedereen vooral communiceert met zijn eigen **klanten**.

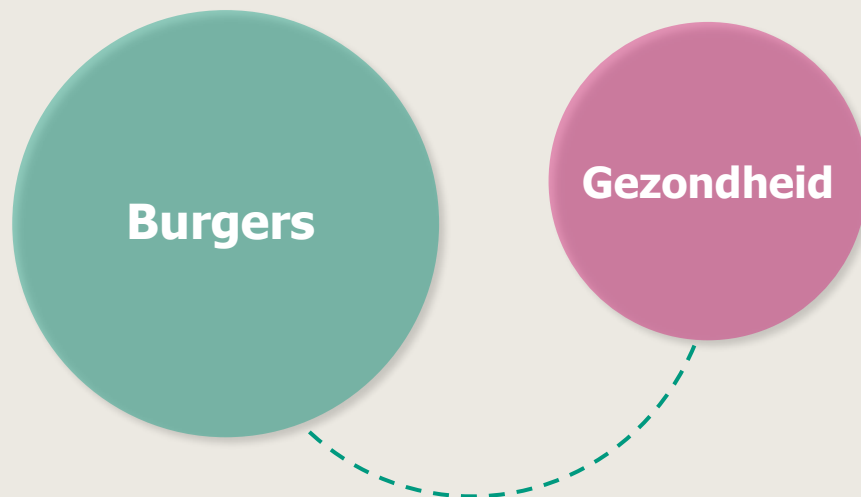




Welke → aanpak?

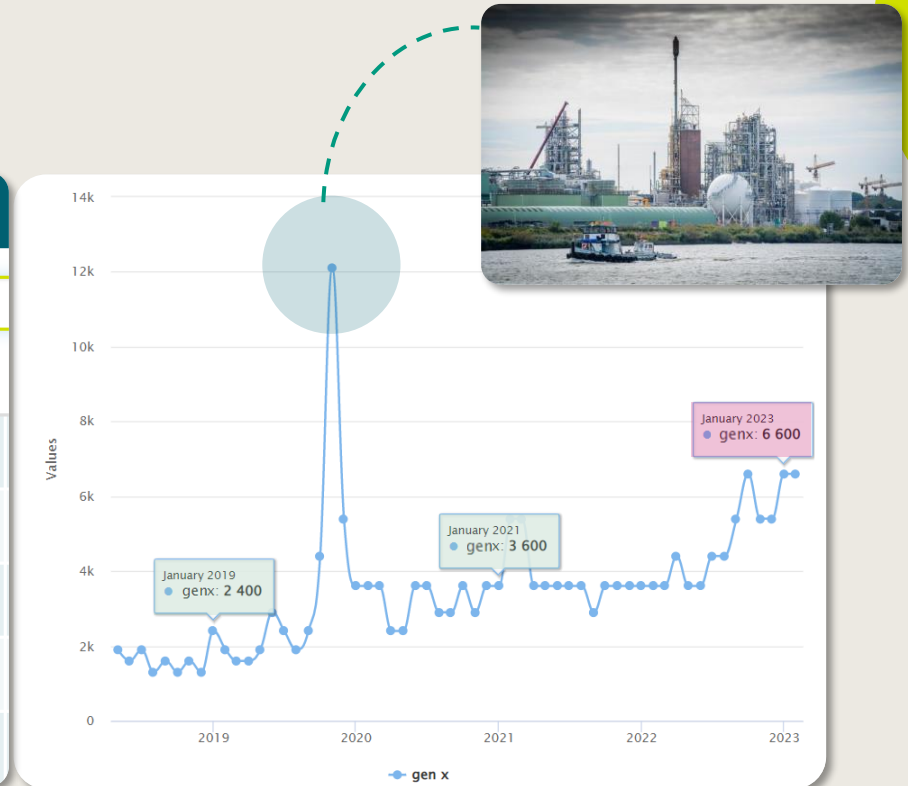


Welke → aanpak?



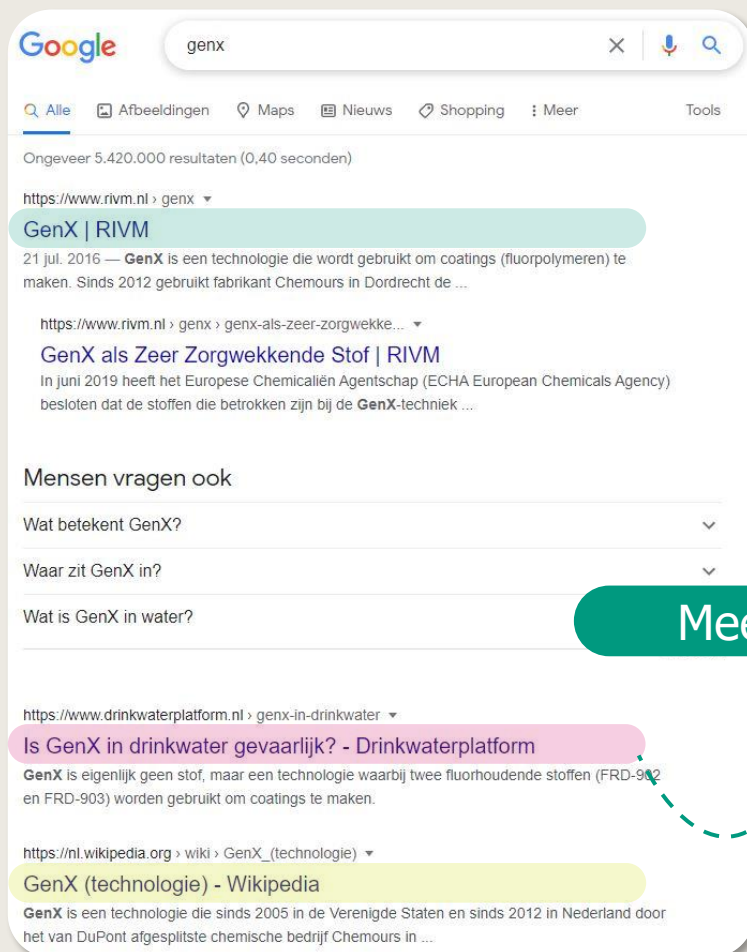
Informatie → behoefte?

TRENDS					
drinkwater					
Keyword	Volume	Som Y1	Som Y2	Som Y3	Som Y4
waterpomp	12.100	108.000	163.900	123.500	149.800
hydrofoorpomp	4.400	44.600	69.000	52.300	57.200
genx	3.600	43.800	40.500	44.300	60.000
beregeningspomp	3.600	38.120	71.980	25.790	37.960
grondwaterpomp	2.400	24.000	40.800	19.340	29.760



- **Inzicht** informatiebehoefte over **thema drinkwater**. Hoe vaak wordt er gemiddeld per maand gezocht.
- Top 5 → Waar is **doelgroep** mee bezig? **Pompen!** To buy. Waar **sluit de behoefte aan** op het **verhaal** van **DWP**? To know!
- **GenX** → giftige coating via een chemische technologie. **Nieuwspiek** = lozing van **Chemours** uit Dordrecht.
- Opvallend: data toont significante groei informatiebehoefte de laatste jaren = bijna **verdrievoudigd**.

43.000 vragen → Google



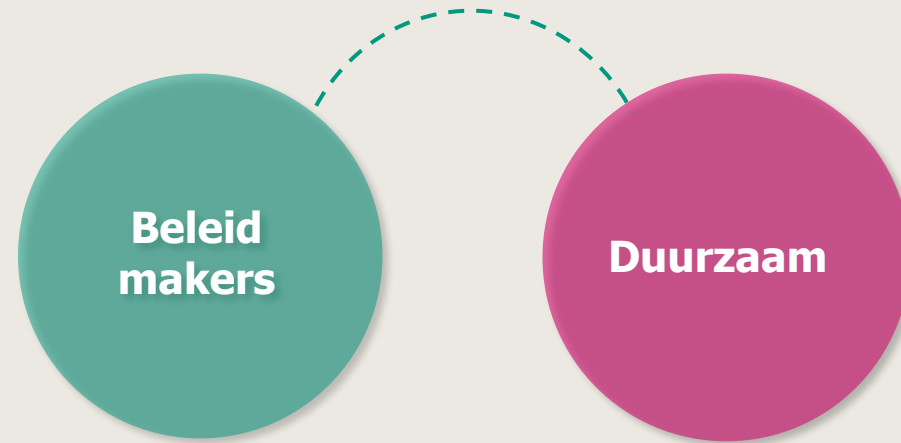
Google search results for "genx". The search bar shows "genx" and the results indicate approximately 5,420,000 results found in 0.40 seconds. The top result is from RIVM, dated July 21, 2016, titled "GenX | RIVM", describing it as a technology for coatings. Below this, a section titled "Mensen vragen ook" (People also ask) lists questions like "Wat betekent GenX?", "Waar zit GenX in?", and "Wat is GenX in water?". The bottom result is from Wikipedia, dated June 2019, titled "GenX (technologie) - Wikipedia", mentioning its use by DuPont and Chemours.

Meer impact



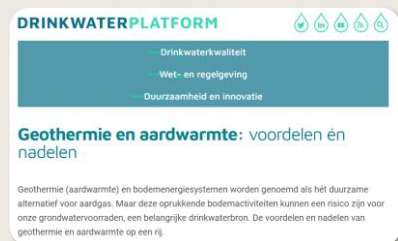
The screenshot shows the "DRINKWATERPLATFORM" website. The navigation menu includes "Drinkwaterkwaliteit", "Wet- en regelgeving", and "Duurzaamheid en innovatie". The main heading is "GenX in drinkwater: zorgen en aanpak". The text below explains that chemical substances in drinking water are a cause for concern, specifically mentioning GenX, which is used by Chemours in Dordrecht for coating pans. A photograph of a scientist in a lab coat using a microscope is visible at the bottom.

Welke → aanpak?



Doelgroep → bereiken

- Drinkwaterbedrijven willen **elke bestuurder** in NL **wijzen** op de risico's van geothermie.
 - Maar, niemand zit te wachten op dit verhaal.
- Hoe **bereik** je een **doelgroep** die **niet** naar je **op zoek is**?



CONTENT
Hoe sluit ons verhaal aan op hun uitdagingen?

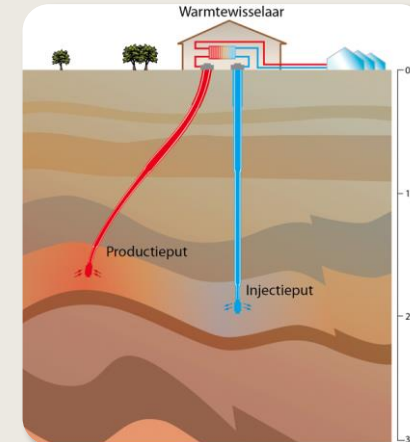
DOELGROEP
Beleidsmakers bij provincies & gemeenten



ANALYSE

GEDRAG
Waar halen ze hun info vandaan?

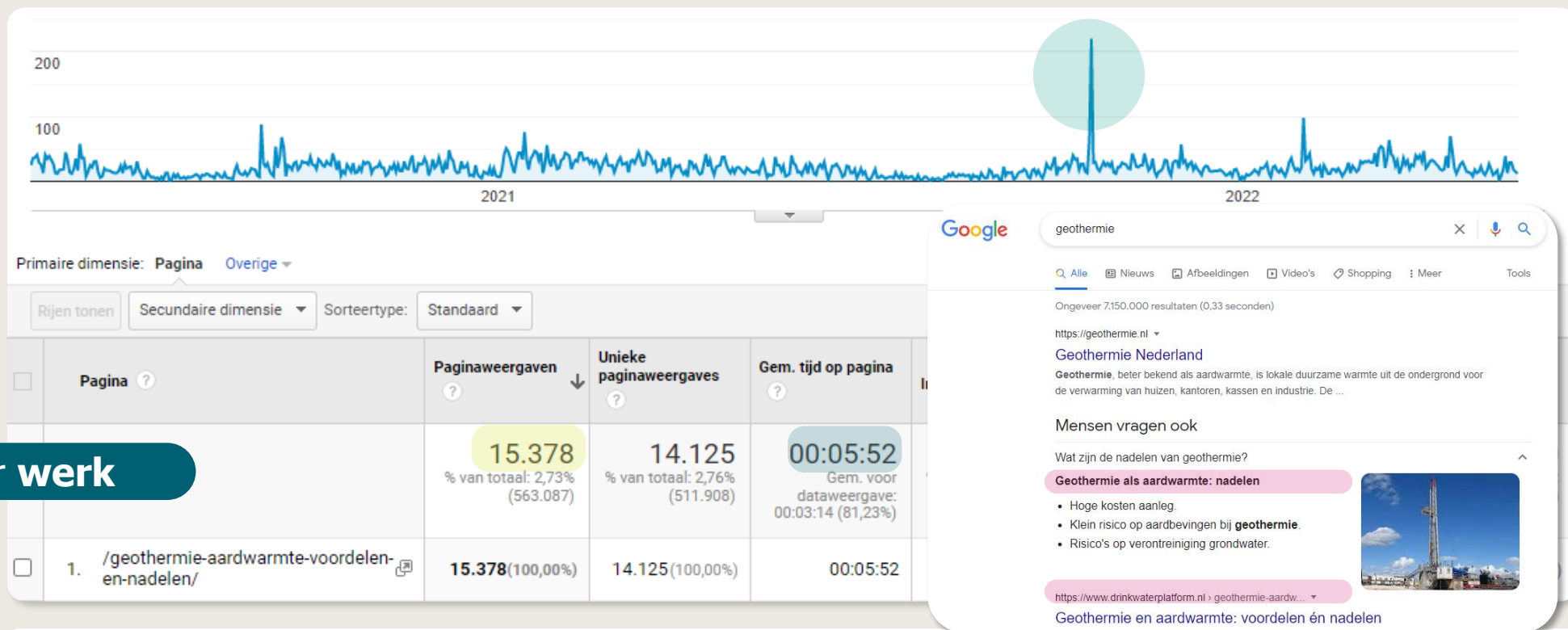
INTERESSES
Waar zijn ze dan wél mee bezig



Geothermie → data

hosanna

Leuker werk



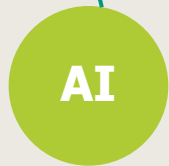
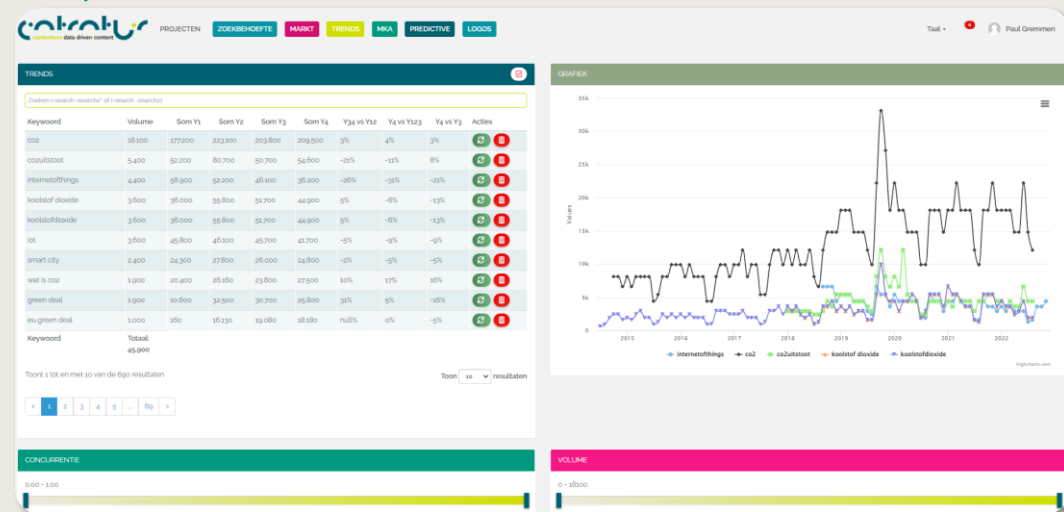
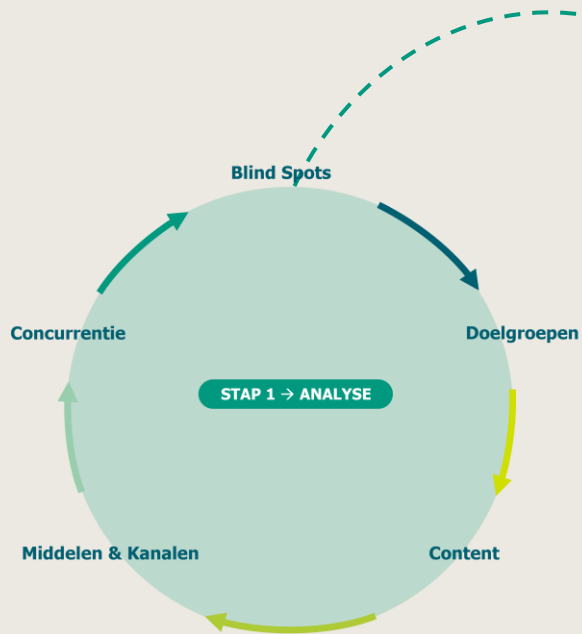
- Door die **data-methodiek** staat het Drinkwaterplatform al jaren in de **top 3** op **allerlei zoekvragen** rond dit thema.
- In het afgelopen jaar bereikte het daarmee meer dan **15.000 bezoekers** met een inhoudelijke boodschap.
- Allemaal mensen die dus **gericht op zoek zijn** naar de ins en outs van dit onderwerp. Leesduur bijna 6 minuten.
- Piek? **Content vliegwiel!** Groot online congres voor ambtenaren over Geothermie. Zoeken info → Drinkwaterplatform.

communicatie

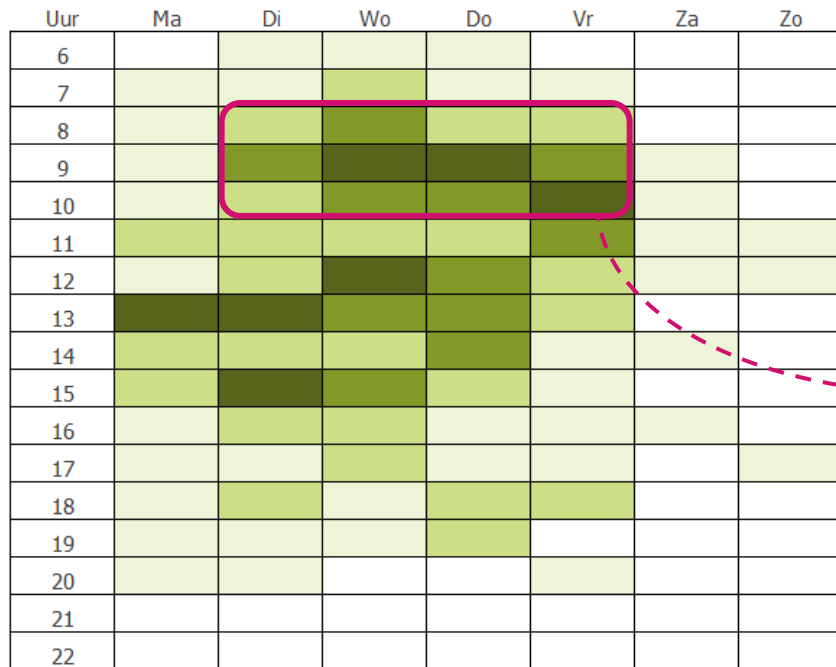
strategie

aanpak

Data → strategie

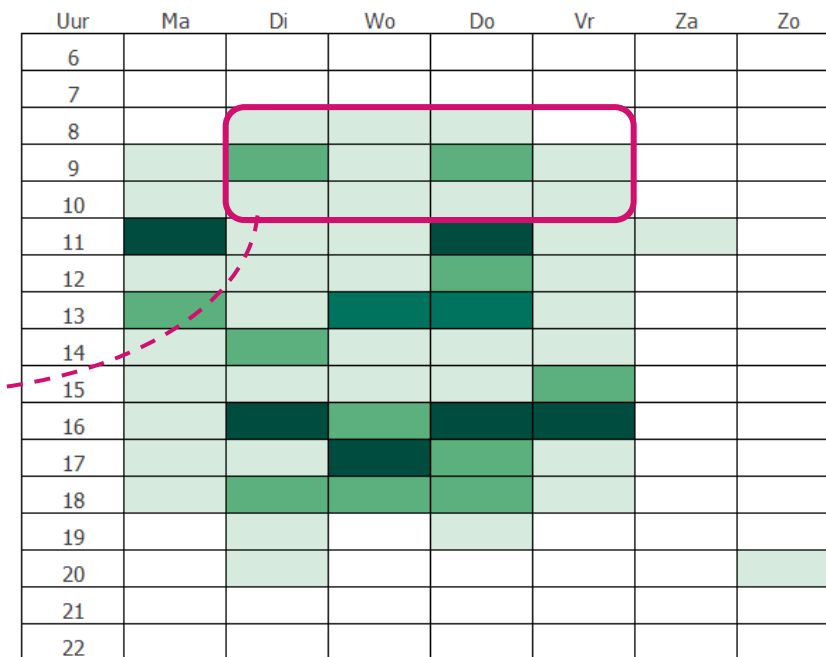


Patronen → AI



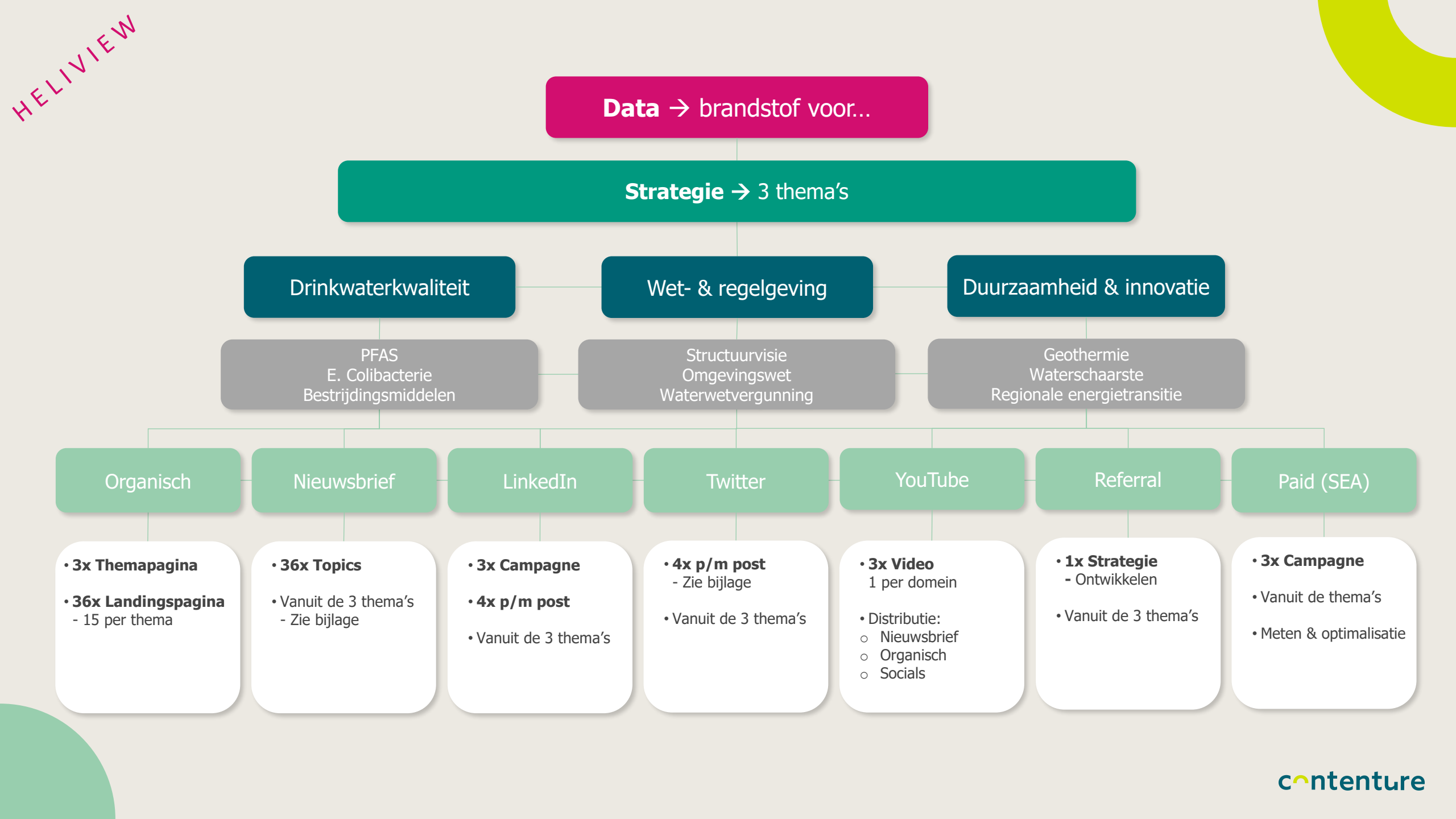
weinig <- interactie -> veel

Interactie



weinig <- posts vanuit organisatie -> veel

Posts



Doelgroep → **beleidsmakers**

Strategie

Drinkwaterkwaliteit

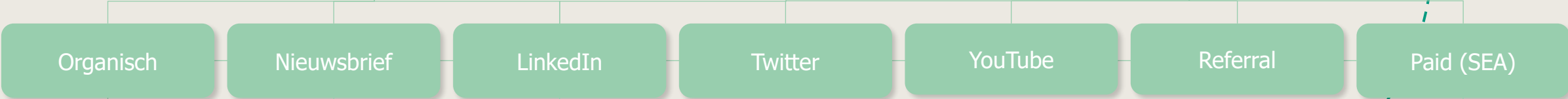
Wet- & regelgeving

Duurzaamheid & innovatie

PFAS
E. Colibacterie
Bestrijdingsmiddelen

Structuurvisie
Omgevingswet
Waterwetvergunning

Geothermie
Waterschaarste
Regionale energietransitie



- **1x Themapagina**
- **3x Landingspagina**
 - Structuurvisie
 - Omgevingswet
 - Waterwetvergunning

- **4x nieuwsbrieven**
- **16x Topic**
- **4 per thema**

- **3x Campagne**
 - Structuurvisie
 - Omgevingswet
 - Waterwetvergunning
- **4x p/m post**

Betere positie

beter verantwoorden

- **3x Campagne**
 - Structuurvisie
 - Omgevingswet
 - Waterwetvergunning

Strategie → content

Apart verhaal

Personaliseer

1. Rol
2. Doel
3. Doelgroep
4. Context
5. Taak
6. Format
6. Stijl
7. Data
8. Voorbeelden
9. Beperkingen
10. Brackets
11. Vraag

Produceer

12. Prompt



Je beste Ai-Prompt? Deze 3 stappen!

✦ Stap voor stap gids - ChatGPT

ChatGPT is een hot topic bij de afdeling communicatie. Toch zijn er weinig mensen die de tool goed gebruiken. Verwacht je goede content? Dan moet je weten hoe je de Ai aanstuurt. Met deze 3 hoofdstappen word je een prompt-meister.

👉 1. Personaliseer – 2. Produceer – 3. Perfectioneer

Perfectioneer

13. Concepten
14. Laagjes
15. Evaluatie

Artikel

PA

Maak een jaarlijkse content kalender voor organisatie Eco X, die zich richt op de zakelijke markt. Inclusief content ideeën voor blog posts, linkedIn posts en nieuwsbrieven. Richt je op de thema's elektrisch rijden, flexkantoor en inzet van ledverlichting. Zet het in een: tabel.



Contentkalender



Search on the web

3 results



Any time



Any region



communicatie

takeaways

data driven

Effectieve communicatie → methode



Focus → doelen



Breng het → in praktijk

Begin!

De data is er al.

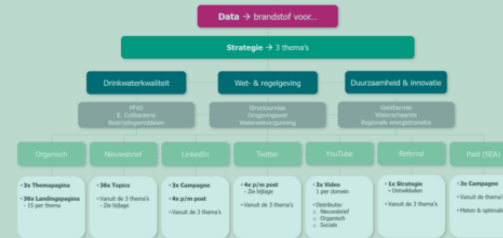
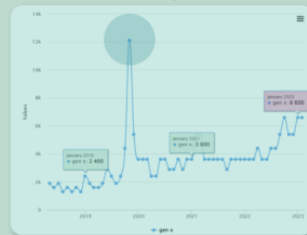
Doe het **stap** voor **stap**.

Start met de **data** over **doelgroepen**.

Werk via de **methode**, maak er een **programma** van.

Geen → tijd?

Maar wil je wél weten wat dit



betekent voor jouw organisatie?

Start → Quick Scan





contenture

Paul Gremmen

