

Wat lezers zeggen

“Het boek leest makkelijk en maakt een soms abstract onderwerp verrassend concreet. De praktische voorbeelden helpen om direct de link te leggen met je eigen werk.”

– **Marieke Gerrits – van Mil, chief digital officer, Pink Gellac**

“Helpt je scherp te zien wat er moet veranderen om klanten te behouden én hoe je organisatie daarin mee moet bewegen. Geen vage theorie, maar concreet en toepasbaar, en bomvol strategische, tactische en praktische adviezen.”

– **Remco Hofstede, CEO en founder, BookerZzz**

“Een scherp geschreven, herkenbaar en duidelijk boek. Het leest niet alleen prettig, maar zet ook echt aan tot nadenken. Dit boek gaat veel mensen raken, vooral iedereen die met zijn merk of producten zichtbaar wil blijven in een wereld die razendsnel en ingrijpend verandert.”

– **Jurjen van den Broek, director of organic marketing, VML**

“Het was hoog tijd voor een boek als dit. Als je wilt weten wat AI echt gaat betekenen voor je marketing én hoe je werkt binnen je organisatie, dan moet je dit lezen. Helder, praktisch en je vliegt er echt doorheen.”

– **Noor Bavinck, onafhankelijk digital consultant**

“Toegankelijk, praktisch en precies op maat voor marketeers. Tools komen en gaan, maar de boodschap en aanpak in dit boek blijven de komende jaren relevant.”

– **Job van der Geest, AI automation consultant**

DE GROTE MARKETING RESET

**AI geeft je superkrachten –
maar klanten glippen weg: zo win je ze terug**

SEBASTIAAN ELSHOLZ

De Grote Marketing Reset

Copyright © 2025 Sebastiaan Elsholz

Auteur: Sebastiaan Elsholz

Uitgever: Alderwood

Omslagontwerp: Ontwerp van de Buren

Druk: Pumbo

Eerste druk, september 2025

Categorie: Business & Management

Subthema's: Marketing / Digitale transformatie / Kunstmatige intelligentie / Innovatie / Trends & toekomst

ISBN: 978-90-9040297-0

NUR: 802, 988

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

Inhoudsopgave

Introductie: De Grote Reset is begonnen	9
Waarom je dit nu moet lezen.....	12
 Deel 1: De nieuwe vindbaarheid	17
Het Google tijdperk.....	19
Hoe jouw klanten jou vinden verandert (snel).....	25
Onder de motorkap van LLM's en RAG's.....	33
De bom onder marketing	39
“Google is over zeven jaar fundamenteel dood”	47
De gouden tijden van search engine marketing zijn voorbij	55
Zichtbaar blijven als AI alle antwoorden geeft	61
Branding & PR zijn terug van (nooit) weggeweest.....	75
 Deel 2: Rented ground is killing you	85
Don't build your house on rented ground	87
Bouw je eigen ecosysteem.....	95
 Deel 3: Marketing op steroïden	101
Hoe AI superkrachten aan iedereen geeft.....	103
De ultieme sidekick.....	111
34 AI-toepassingen die jij direct kunt gebruiken.....	125
Vol gas met tekst	145
Contentmarketing on fire.....	157
Rijkere productafbeeldingen en -video's	167
Virtuele influencers	173
Virtuele gebruikers & verkopers	181
Waarom Custom GPT's handig zijn.....	191

Deel 4: Het marketingteam van de toekomst	199
Van marketingteam naar miljardair met laptop	201
Weerstand tegen AI.....	203
Binnenkort werkloos?	211
Impact op de samenstelling en skills van marketing teams	221
Wat koop je en wat bouw je?.....	233
De juiste mindset en cultuur creëren	241
Alles is nep, ethiek in de wereld van AI	249
Hoe nu verder?.....	259
 Handig lijstje 1: Mensen, merken & makers om te volgen.....	 263
Handig lijstje 2: Tools & platforms.....	269
Handig lijstje 3: Prompts om mee te spelen	275
 Vond je dit nuttig?	 282
Dankwoord	283
Over de schrijver	284

Introductie: De Grote Reset is begonnen

Er is een revolutie gaande. Geen zoveelste trend of nieuwe tool, maar een fundamentele omslag. De manier waarop klanten jouw product of dienst vinden, verandert compleet en daarmee alles wat je de afgelopen decennia over marketing hebt geleerd of ervaren. **Alles wat je dacht te weten over digitale marketing staat op losse schroeven.**

Al jarenlang werken we met z'n allen volgens hetzelfde beproefde recept. Je kent het wel.

Je wilt winst maken, dus heb je verkopen nodig. Soms zijn dat directe sales, soms moet je eerst leads binnenhalen die je later converteert naar klanten. Om die sales of leads binnen te harken, heb je hoe dan ook traffic nodig, bezoekers naar je website of je winkel. En om die bezoekers te krijgen, moet je met je producten of diensten op de juiste momenten bij de juiste mensen zichtbaar zijn.

Jaar in, jaar uit sleutelen we aan diezelfde machine. *Conversieratio* een beetje omhoog, *click-through rate* verbeteren, een tandje erbij hier, een extra zetje daar.

Maar die machine begint te haperen.

AI is de katalysator, maar het is niet het enige. Er speelt meer tegelijk: klantgedrag verandert razendsnel, zoekmachines en social media houden het verkeer steeds meer voor zichzelf. Langzaam maar zeker word je afgeknepen. En de vrijheid die we hadden met data en *targeting* wordt stevig ingeperkt. Het spel verandert. Niet een beetje. Volledig.

Waar we eerder nog konden leunen op bekende principes en bewezen formats, zijn die nu ineens een stuk minder effectief. Content die voorheen goed scoorde, levert opeens nauwelijks verkeer meer op. Advertentiecampaagnes die je altijd kon optimaliseren met een paar *tweaks*, presteren slechter. De bodem onder je strategie brokkelt af.

En dit is niet de eerste keer dat dit gebeurt.

Bij de opkomst van het internet zagen we hetzelfde patroon. Sommige bedrijven grepen hun kans, anderen zagen het wel aankomen, maar deden niets. Denk aan Kodak, dat zelf de digitale camera uitvond maar

de impact ervan totaal onderschatte. Of Blockbuster, dat de kans kreeg om samen te werken met Netflix, en weigerde. Of neem Free Record Shop, dat tweemaal de kans kreeg om Bol.com te kopen: eerst in 2001 voor 1,5 miljoen, later voor 150 miljoen. Ze weigerden beide keren. Drie jaar daarna kocht Ahold Bol.com voor 350 miljoen. En Free Record Shop? Verdwenen. Een vage herinnering.

We zitten opnieuw op zo'n kruispunt. *It's happening all over again.* Recht voor je neus. Alleen gaat het nu veel sneller en raakt het elke organisatie, groot of klein.

Maar er speelt nog iets. Waar je vroeger diepe zakken nodig had om in te spelen op grote technologische verschuivingen, kun je nu als solo-ondernemer met AI meer voor elkaar krijgen dan een marketingafdeling van tien man.

Nog nooit was het zó makkelijk om op te schalen.

Nog nooit was er zóveel marketingkennis beschikbaar voor iedereen.

En nog nooit kon je zóveel bereiken met zó weinig middelen.

Het hele spelbord is overhoop gegooid. Dit is de harde waarheid: bedrijven die zich aanpassen, grijpen ongekende kansen. De rest blijft achter.

In dit boek neem ik je mee in die verandering. Niet vanuit een technologisch of theoretisch oogpunt, maar vanuit strategie. Vanuit de praktijk. Vanuit de vraag: hoe zorg je ervoor dat jij, je team en je bedrijf relevant blijven in een landschap dat compleet op de schop gaat? *Adapt or die.* Maar hoe dan?

Ik heb dit boek geschreven voor mensen die marketing gebruiken om hun producten of diensten bij de juiste doelgroep te krijgen. Niet de *diehard* specialisten, maar voor CMO's, marketingmanagers, ondernemers en strategen. Mensen die voelen: er moet iets veranderen, maar die tussen alle ruis op zoek zijn naar richting.

Tussen alle rumoer en hysterie lees je in dit boek rustig wat de grote veranderingen zijn. Maar het geeft je ook richting in wat je moet doen. Van de juiste tactische zetten tot heel concrete handvatten.

Ik neem je mee in wat voor jou relevant is. Geef je advies over waar je beter mee kunt stoppen. Maar vooral waar je mee moet doorgaan. Of waar je niet mee moet wachten om op te starten.

En wat dit betekent voor je team. Een nieuw spel vraagt namelijk om nieuwe vaardigheden.

Dit is geen evolutie. Dit is een reset. En je hebt twee keuzes: blijven sleutelen aan een machine die het steeds minder doet; of jezelf opnieuw uitvinden.

Welkom bij de Grote Marketing Reset.

Waarom je dit nu moet lezen

Je merkt het misschien zelf al. Wat jarenlang werkte, levert steeds minder op. Traffic stagneert, de ROI daalt en de rek is eruit. Content, advertenties en kanalen haperen. Maar wat doe je eraan?

Iedereen heeft het over AI, maar wat je daar concreet mee moet, blijft vaag.

In dit boek ontdek je:

- Waarom traditionele marketing minder oplevert dan je denkt.
- Hoe platformen zoals Google en Meta je steeds verder afknijpen.
- Wat AI fundamenteel verandert in hoe je campagnes opzet en uitvoert.
- Hoe je marketing kunt organiseren met minder middelen en mensen.
- Welke strategische én praktische keuzes je nu moet maken.

Waarom dit boek nu nodig is

Dit boek ontstond uit een gigantische verschuiving in marketing. Veel boeken over AI blijven hangen in theorie. Ze zeggen dát AI alles verandert, maar niet wat dat betekent voor jouw strategie, team of organisatie.

Of je nu ondernemer bent, marketingmanager of CEO, als jij verantwoordelijk bent voor groei of klantgroei, dan is dit boek voor jou. Of je nu zelf aan de knoppen zit of mensen aanstuurt, maakt niet uit.

Uiteindelijk draait marketing maar om één ding: zorgen dat de juiste mensen jouw product vinden en overgaan tot actie. Dit boek helpt je begrijpen wat er nu echt speelt. Niet als technisch handboek, maar als strategisch kompas.

Wat je uit dit boek haalt

Je leest dit boek omdat je voelt dat stilzitten geen optie meer is. Je wilt richting. Weten waar je nu staat en waar je naartoe moet. Daarom help ik je:

- het kaf van het koren te scheiden in een zee van ruis en tools,
- te begrijpen wat er écht verandert en waarom dat ertoe doet,

- en vooral: keuzes te maken die passen bij jouw situatie, team en ambitie.

Niet alles hoeft tegelijk. Maar niets doen is geen optie meer.

Wat dit boek níét is:

- Geen technische handleiding voor AI-tools of ingewikkelde workflows
- Geen geschiedenisles over het ontstaan van AI
- Geen eindeloze lijst met onsamenhangende microtips

Wat je wél krijgt:

- Inzicht in de grootste verschuivingen die marketing op z'n kop zetten
- Direct toepasbare adviezen voor jouw organisatie
- 34 praktische AI-voorbeelden voor groei
- Een scherpe blik op het marketingteam van de toekomst
- Duidelijkheid over hoe je minder afhankelijk wordt van platformen

Ik heb geprobeerd de balans te vinden tussen strategisch en tactisch. Waar nodig zoom ik uit, zodat je het grotere plaatje ziet. En waar mogelijk zoom ik in, zodat je direct snapt wat je kunt doen.

Elk hoofdstuk sluit af met de belangrijkste inzichten: “dingen die je moet onthouden”. Handig voor jezelf, of om te delen met je team of bureau.

Het boek is opgedeeld in vier delen:

Deel 1: Waarom je klanten je niet meer vinden en wat je daaraan doet.

De wereld om je klant heen is veranderd. AI heeft de manier waarop mensen zoeken, vinden en beslissen volledig op z'n kop gezet. Waar je vroeger kon bouwen op zichtbaarheid in Google en een sales funnel die begon bij een zoekopdracht, brokkelt dat model nu af. De spelregels zijn fundamenteel anders.

In dit deel ontdek je waarom jouw marketingaanpak wankelt als je blijft leunen op wat al ruim 25 jaar prima werkt. En hoe je langzaam maar zeker onzichtbaar dreigt te worden voor je doelgroep. Geen verkeer meer. Geen leads. Geen groei.

Deel 2: Waarom je afhankelijkheid van platformen jou de nek omdraait.

Elke klik uit Google. Elke like op Instagram. Elke video op YouTube. Het voelt als jouw succes, maar het is geleend succes. Het speelt zich af op platformen die jij niet beheert, waar jij de regels niet bepaalt, en waar je morgen zomaar buiten kunt staan.

In dit deel maak je korte metten met het misverstand dat zichtbaarheid gelijkstaat aan bezit. Je ontdekt hoe platformen als Google, Meta en TikTok hun ecosystemen dichttimmeren, en waarom zelfs de groten onderuitgaan als ze te afhankelijk zijn van algoritmes.

Maar je leest vooral wat je wél kunt doen. Hoe je bouwt aan je eigen ecosysteem. Hoe je van vluchtige passanten waardevolle contacten maakt. En waarom je nieuwsbrief, app of community misschien wel je meest ondergewaardeerde marketingkanaal is.

Deel 3: Hoe je marketing op steroïden zet met AI.

Hier leer je hoe AI jouw marketing versnelt. Van contentcreatie en campagnes tot automatisering en analyse. AI maakt het mogelijk om in een fractie van de tijd tien keer zoveel werk te verzetten. Zonder dat je daar een leger aan personeel voor nodig hebt.

Je ontdekt hoe AI je nieuwe favoriete collega wordt: een sidekick die niet klaagt, nooit ziek is en 24/7 voor je klaarstaat. Je leert hoe je AI inzet als sparringpartner, copywriter, designer, strateeg en growth hacker tegelijk.

Deel 4: Het Marketingteam van de Toekomst

De Grote Marketing Reset raakt niet alleen je strategie, maar ook je team. Wat kun je zelf blijven doen, en wat besteed je beter uit? Welke vaardigheden en rollen zijn straks écht nodig?

In dit deel leer je hoe je je team anders inricht. Welke tools en platforms je nu nodig hebt. Hoe je slim samenwerkt met bureaus en freelancers. En hoe je je team wendbaar houdt in een speelveld dat razendsnel verandert.

Maar het gaat niet alleen om nieuwe rollen. Ook de samenwerking zelf verschuift. Zichtbaarheid vraagt om integratie. Niet om hokjes.

AI versnelt dit proces. Het maakt specialistische kennis toegankelijker dan ooit en zorgt voor 'kennisversmelting': minder kennisbezit, meer

kennisdeling. De waarde van een specialist zit straks niet in het kunstje, maar in het kader.

De bonuslijstjes

Aan het einde van het boek vind je drie handige lijstjes:

- Mensen om te volgen voor inspiratie en kennis
- AI-tools en platforms die direct waarde toevoegen
- Handige prompts om zelf te testen

Hoe je dit boek gebruikt

Lees het van begin tot eind om de samenhang te begrijpen. Maar daarna kun je het prima als naslagwerk gebruiken. Maar het belangrijkste: **onderneem actie** nadat je het gelezen hebt. Dit boek is een startpunt. En mag geen eindpunt zijn.

Helder? Mooi. Dan gaan we aan de slag.

Deel 1: De nieuwe vindbaarheid

Waarom jouw klant jou niet meer vindt zoals vroeger en wat je daaraan moet doen

Je klant gedraagt zich anders. Zoekt anders. Klikte anders. Vindt anders. Waar je vroeger kon bouwen op zichtbaarheid in zoekmachines zoals Google en op een sales funnel die netjes begon bij een zoekopdracht, brokkelt dat model voor je neus af. De spelregels van vindbaarheid zijn fundamenteel veranderd. Veel bedrijven hebben het nog niet door.

In dit eerste deel van het boek laat ik zien hoe die shift eruitziet. Waarom je in de problemen komt als je blijft leunen op wat al ruim 25 jaar prima werkt. En hoe je langzaam maar zeker onzichtbaar dreigt te worden voor je doelgroep. Geen verkeer meer. Geen leads. Geen groei.

Na dit deel begrijp je waarom het oude spel is uitgespeeld en waarom het hoog tijd is voor een reset.