

Purple paper

De communicatieprofessional als regisseur in het AI-tijdperk

Door: Eric Kalsbeek & Luke Andries



OnlyHuman
by umon

De communicatieprofessional als regisseur in het AI-tijdperk

De rol van de communicatieprofessional verandert steeds meer van uitvoerend naar regisserend. Kunstmatige intelligentie (AI) stelt ons in staat om in korte tijd grote hoeveelheden data en tekst te analyseren en te produceren. Deze superkracht vraagt echter om een nieuwe verantwoordelijkheid. De technologie heeft beperkingen en mist het menselijk oog voor nuance, waardoor jij als professional een onmisbare factor blijft. Gebruik je AI kritisch en doordacht, dan levert het een duidelijk voordeel op.

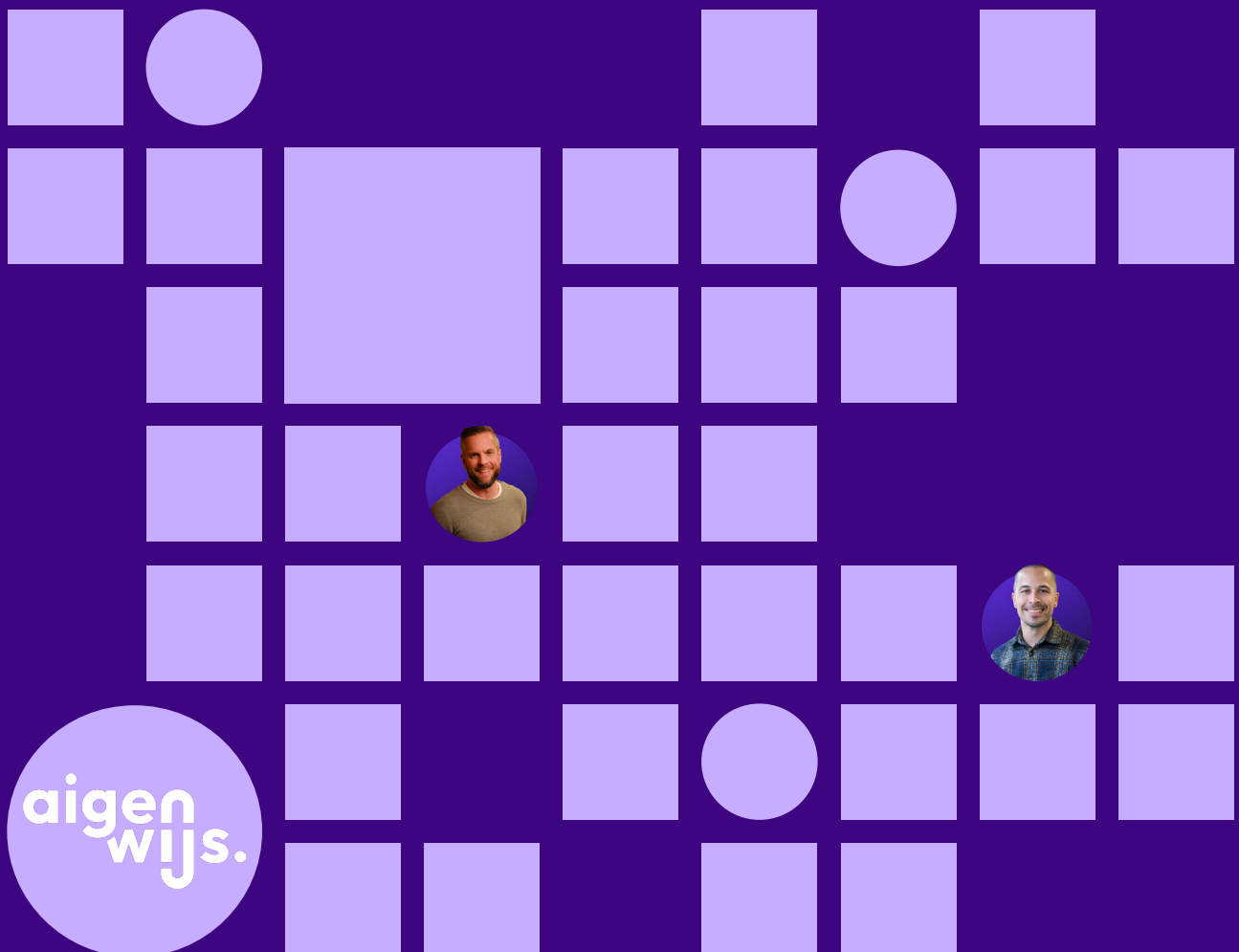
In dit purple paper lees je hoe je deze regierol kunt invullen. We delen direct toepasbare tips en prompts om repetitieve taken zoals onderzoek en schrijfwerk slim uit te besteden aan AI, zodat jij je kunt focussen op strategie en kwaliteit.

De toekomst van communicatie draait niet om technologie alleen, maar om de slimme samenwerking tussen mens en machine. Dit purple paper biedt direct toepasbare inspiratie om jouw werk te kickstarten met AI.



Inhoud

1. Van prompt-engineering naar context-engineering
2. Gebruik gratis, onbeperkt een superslim AI-model
3. Laat AI het zware zoekwerk doen
4. Diepgaand onderzoek case 1: Stakeholders in kaart brengen
5. Diepgaand onderzoek case 2: Issue-onderzoek
6. Behoud de regie over je AI-teksten met Canvas
7. Bouw je eigen AI-assistent
8. Over de auteurs



Van prompt-engineering naar context-engineering

Je kent ze vast, die online tips over de perfecte ChatGPT-prompt. Hoe zeg je precies wat je wilt? Wat zijn de juiste woorden? Dit is waar iedereen zich op concentreert. Maar dat was nooit het probleem.

Over het afgelopen jaar is iets verschoven.

AI-modellen worden niet alleen slimmer, ze worden ook beter in begrijpen wat je bedoelt. De modellen van nu zijn veel minder afhankelijk van perfecte formulering dan vorig jaar. Maar ze presteren stukken beter wanneer je ze de juiste informatie geeft. Wat je meegeeft, in plaats van hoe je het vraagt. Voorbeeld: je schrijft een interne mail over een nieuwe flexwerkregeling. Oude aanpak: “Schrijf een vriendelijke mail over onze nieuwe flexwerkregeling.” Nieuwe aanpak: je geeft kernwaarden, richtlijnen, vorige communicatie, wat werknemers eerder zeiden, en concrete feiten. Dan begrijpt het model je organisatie echt.

Waar het misgaat

Onderzoek van LangChain, Anthropic en LlamaIndex uit 2025 laat zien: AI-systemen falen meestal niet doordat het model slecht is, maar doordat het niet de juiste informatie krijgt. *“Negentig procent van de fouten zijn contextgerelateerd, geen modelfouten,”* aldus een bedrijfsleider.

Dit vraagt iets anders van communicatieprofessionals. Niet het formuleren van mooie vragen, maar je organisatiekennis goed inrichten. Weten welke informatie belangrijk is, die ordenen, bepalen wat AI moet weten, en controleren of het klopt. Dit is dieper werk dan prompts schrijven.

Frameworks zijn het startpunt

Goede prompt frameworks zoals de ROCK(STAR)-prompt van Aigenwijs helpen zeker. Ze sturen het model goed en brengen structuur. Alleen: een framework is nu meer startpunt dan eindpunt. Zonder goede context blijft zelfs de beste prompt generiek. Met goede context – richtlijnen, data, voorbeelden – wordt die prompt pas krachtig.

Wat is goede context?

Informatie die je model nodig heeft: brand guidelines, tone of voice, kernwaarden, vorige communicatie, relevante feiten.

Ook voorbeelden van goed werk uit je organisatie – wanneer AI ziet hoe jij normaal communiceert, volgt het dat beter.

Belangrijk: de kwaliteit van die data maakt enorm uit. Slecht georganiseerde of verouderde informatie leidt tot slechte resultaten. Dit heet data-curatie: je informatie schoonmaken en ordenen zodat taalmodellen er optimaal mee kunnen werken.

Onderzoek laat zien dat goed gecureerde data aanzienlijk beter presteert dan veel grotere hoeveelheden ruwe data.

Praktisch aan de slag:

- **Verzamel** richtlijnen op één plek: brand guidelines, tone of voice, kernwaarden
- **Zet** goede voorbeelden apart met waarom ze werkten
- **Markeer** verouderde informatie – AI vult gaten in met verzinsels
- **Controleer** altijd op juistheid en toon

Bedrijven die slimme AI-systemen bouwen, structureren hun interne kennis, cureren hun data, schrijven richtlijnen op. Ethan Mollick, professor aan Wharton Business School en een van de meest geciteerde AI-onderzoekers, verwoordde het begin 2025 scherp:

“Prompt engineering doet er niet meer toe. De juiste woorden zeggen of aardig zijn doet er niet toe, maar context geven zoals we dat aan mensen doen om beslissingen te nemen, dat doet er wel toe.”

Onderzoek uit 2025 bevestigt het: beter gecureerde data wint het van meer ruwe data. Kwaliteit boven kwantiteit.

Gebruik gratis, onbeperkt een superslim AI-model

Wist je dat er onder de motorkap van AI-chatbots verschillende AI-modellen schuilgaan? Je hebt het snelle model dat vlot tekst produceert, maar vaak wat oppervlakkiger is en meer foutjes bevat. Daarnaast bestaat er een slimmer 'redeneermodel'. Dit model breekt je vraag eerst op in stukjes, analyseert deze en komt stap voor stap tot een veel dieper en beter antwoord.

Deze slimmere AI-modellen kun je met een gratis abonnement vaak maar beperkt gebruiken. In ChatGPT activeer je de optie voor langer nadenken via het plus-icoontje in de chatbox. In Gemini van Google schakel je van het 2.5 Flash-model naar 2.5 Pro om het denkmodel aan te zetten.

Maar wat als je dit slimme type AI-model onbeperkt zou kunnen gebruiken? Dat kan! Via de website aistudio.google.com biedt Google een omgeving die eigenlijk voor ontwikkelaars is bedoeld. Toch kun je er met je gewone Google-account eenvoudig inloggen. Hier vind je allerlei betaalde AI-modellen die je veelal gratis kunt inzetten.

Zorg er wel voor dat je rechtsboven in het scherm het juiste AI-model selecteert,

namelijk Gemini 2.5 Pro (of een nieuwere versie die beschikbaar is op het moment dat je dit leest). Dit model wordt veel minder gebruikt dan de modellen van ChatGPT, terwijl het naar onze mening één van de allerbeste is, zeker voor het schrijven van zakelijke communicatie.

Het nadeel van deze omgeving is dat je een paar innovatieve functies mist, zoals het doen van 'diepgaand onderzoek' of het schrijven in een ingebouwde tekstverwerker genaamd 'Canvas'. Op die functies gaan we in volgende hoofdstukken dieper in.

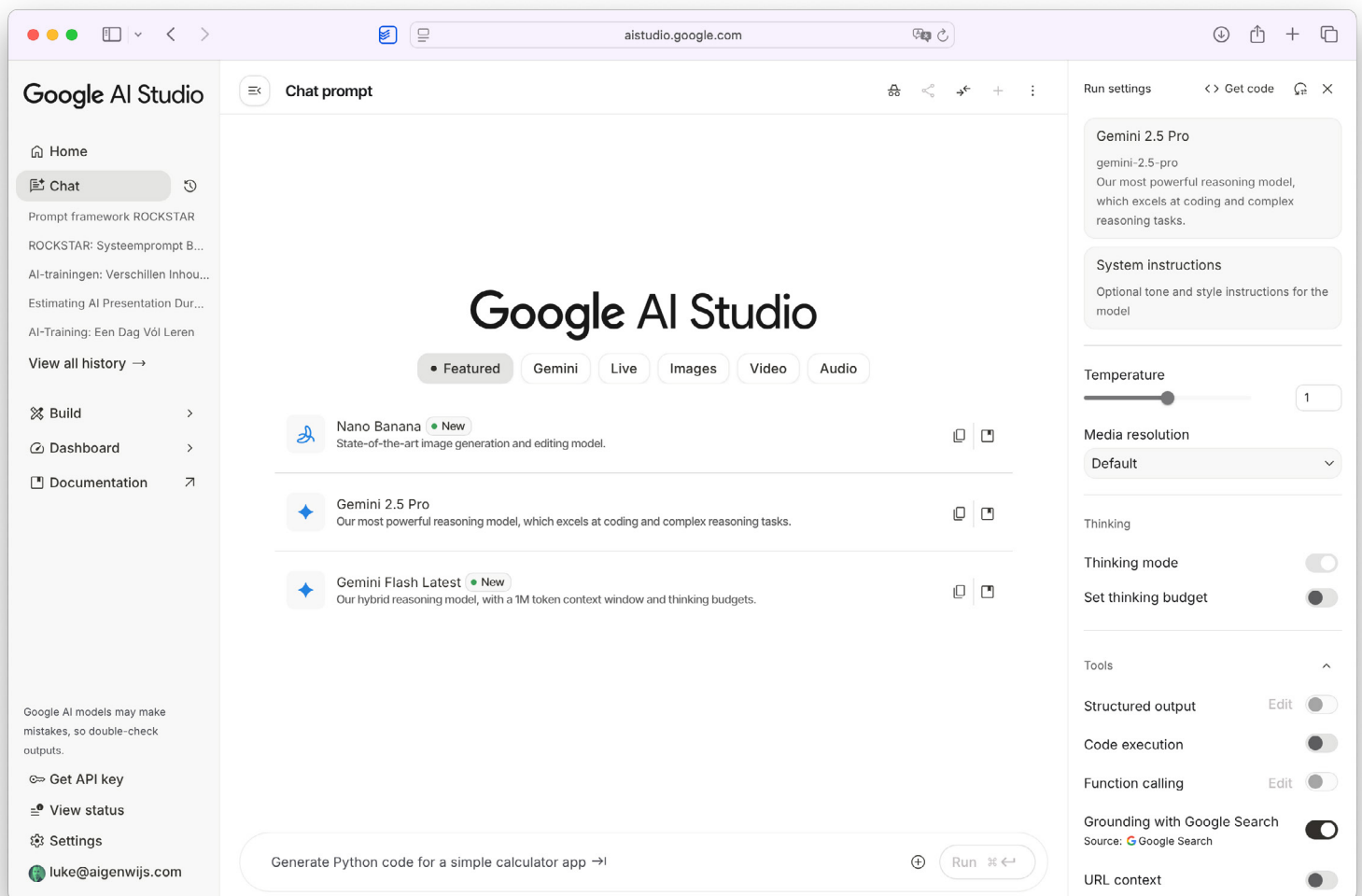
Als je meer gebruik wilt maken van AI en je vindt de antwoorden nog vaak tegenvallen, dan raden we je sterk aan om eens met de AI Studio van Google te beginnen.

Stap 1: Ga naar aistudio.google.com en log in

Stap 2: Klik op 'New chat'

Stap 3: Selecteer het nieuwste Gemini Pro model

Stap 4: Prompten maar! (Dit kan gewoon in het Nederlands)



Laat AI het zware zoekwerk doen

Een krachtige functie die veel mensen nog niet gebruiken, is diepgaand onderzoek (Deep Research). Hiermee stuur je de AI het internet op om informatie voor je te verzamelen en dit samen te vatten in een document, precies zoals jij dat wilt.

Zo'n zoektocht kan soms een half uur duren, maar levert je complete rapporten op van wel 25 pagina's. Je kunt een light-versie van deze functie vijf keer per maand gebruiken.

Deze zoekt minder intensief dan de functie in het betaalde abonnement. Google Gemini, Microsoft Copilot, Perplexity en Claude beschikken over een vergelijkbare functie in hun betaalde abonnementen. Activeer de functie in het veld waar je jouw prompts opschrijft. In ChatGPT vind je de functie bijvoorbeeld onder het plus-icoontje.

Een paar tips

Om het beste resultaat te krijgen, is het belangrijk dat je heel specifiek bent in je opdracht. Geef duidelijk aan hoe recent de bronnen moeten zijn en welk type bronnen

je relevant vindt. Denk niet alleen aan wat je wél zoekt, maar geef ook aan wat je juist níét wilt zien door duidelijke beperkingen op te leggen.

De meeste AI-modellen die diepgaand onderzoek ondersteunen zullen je eerst wat checkvragen stellen of een onderzoeksvoorstel tonen. Dat is handig, want zodra de AI op pad gaat om onderzoek te doen kun je de opdracht niet meer tussentijds aanpassen. Door de onderzoeksvraag goed af te bakenen vergroot je de kans op een goed resultaat en voorkom je energieverstopping. Zo'n onderzoek vraagt namelijk relatief veel rekenkracht van de AI.

Om je een indruk te geven van zo'n rapport, delen we hieronder twee voorbeeldcases. Zoals de bijbehorende prompts laten zien, kún je heel specifiek zijn. Dit is echter niet altijd nodig; soms volstaat een eenvoudige zoekopdracht voor een breder resultaat.

Pro-tip: *Kom je er niet helemaal uit? Vraag de AI dan zelf om je te helpen met het aanvullen van jouw onderzoeksvraag! Vraag bijvoorbeeld hoe je de zoekopdracht nog specifieker kunt maken, of vraag de AI om je te helpen met het schrijven van de perfecte prompt.*

Diepgaand onderzoek case 1: Stakeholders in kaart brengen

Voorbeeld 1 van diepgaand onderzoek

Diepgaand onderzoek kan je helpen om in kaart te brengen welke actoren of stakeholders er relevant zijn, wat hun actuele visie is op een bepaald onderwerp en welke besluitvorming er recent heeft plaatsgevonden. Je kunt zelf de stakeholders

opgeven en hier onderzoek naar laten doen, maar je kunt ook dit helemaal open laten en AI een goede inschatting laten maken. Vervolgens kun je daar weer aangeven wat belangrijk is voor jouw stakeholder analyse en houd het hier rekening mee. Bekijk deze voorbeeldprompt. En test hem vooral zelf eens uit.

De prompt:

Rol: Ik werk als communicatieadviseur bij Douane Nederland. Mijn team ondersteunt de directie Communicatie bij strategische projecten rond samenwerking met het bedrijfsleven — bijvoorbeeld over digitalisering, handhaving en grensformaliteiten.

Opdracht: Het uitvoeren van een stakeholderanalyse om een overzicht te krijgen van hoe het Nederlandse en Europese bedrijfsleven de samenwerking met Douane Nederland ervaart en beoordeelt. De analyse moet hun verwachtingen, zorgen en kansen voor verbetering in communicatie identificeren.

Scope & diepgang:

- Periode: januari 2024 – heden
- Focus: Nederland (met Europese context, bijvoorbeeld samenwerking binnen de EU Douane-unie)
- Doelgroepen: Brede ondernemersorganisaties, branche- en koepelorganisaties (actief in o.a. logistiek, transport, handel), en relevante import/export- en havenbedrijven
- Bronnen: Prioriteer publicaties van de stakeholderorganisaties zelf (zoals jaarverslagen, position papers en persberichten), aangezien deze als primaire bron voor hun standpunten gelden. Daarnaast: Nieuwsmedia, vakbladen, beleidsdocumenten, publieke rapporten, interviews en andere relevante bronnen

Vereisten:

- Benoem onderscheid tussen inhoudelijke issues (regelgeving, digitalisering, efficiëntie) en perceptie-issues (vertrouwen, transparantie, toon)
- Signaleer tegenstrijdige opvattingen of belangen tussen overheid en bedrijfsleven
- Noteer waar communicatie een verbindende of juist spanningsvolle rol speelt

Deliverables: Een gestructureerde en prettig leesbare stakeholderanalyse rapport met minimaal:

- Inleiding
- Een tabel met belangrijkste stakeholdergroepen + hun houding/verwachting richting Douane
- Analyse van terugkerende thema's en sentimenten in de media en sectorpublicaties
- Drie concrete communicatiekansen of verbeterpunten voor Douane Nederland
- Kort advies (max. 1 pagina) voor de communicatiestrategie richting bedrijfsleven

Bekijk dit rapport



Diepgaand onderzoek case 2: Issue-onderzoek

Je kunt diepgaand onderzoeken ook inzetten voor specifieke situaties. Wanneer een crisis dreigt of een publiek issue aan kracht wint, is snelheid geboden. Een gerichte AI-prompt helpt je om in korte tijd inzicht te krijgen in de publieke opinie, de belangrijkste stakeholders in het debat en de communicatiestrategieën van anderen. Dit stelt je in staat om niet alleen vanuit een onderbuikgevoel, maar op basis van actuele data je communicatiestrategie te bepalen.

Een belangrijke beperking is dat AI-chatbots geen toegang hebben tot veel belangrijke nieuwswebsites en sociale media. Toch levert een diepgaand onderzoek met AI veel inzichten op.

De volgende prompt is een voorbeeld van hoe je zo'n Issue-onderzoek in werking zet met de functie diepgaand onderzoek.

Bekijk dit rapport



De prompt:

Rol: Ik ben communicatieadviseur bij een regionale netbeheerder in Nederland.

Er is toenemende publieke en politieke kritiek op netcongestie en vertragingen bij aansluitingen van zonneparken.

Opdracht: Ik wil een actueel en betrouwbaar overzicht van het publieke sentiment, de belangrijkste spelers in het debat, en de communicatiestrategieën die vergelijkbare organisaties gebruiken om reputatierisico's te beperken.

Scope & diepgang:

- Periode: januari 2024 – heden
- Regio: Nederland (met verwijzingen naar relevante Europese context)
- Bronnen: nieuwsmedia, vakmedia, publieke statements, social media-analyses waar beschikbaar
- Vergelijk: ten minste 3 andere netbeheerders of energiebedrijven

Vereisten:

- Gebruik alleen betrouwbare, controleerbare bronnen
- Benoem verschillen tussen publieke perceptie en bedrijfscommunicatie
- Vermeld tegenstrijdige of nuanceverschillen tussen bronnen

Deliverables:

- Samenvatting van de 5 belangrijkste issues die reputatierisico vormen
- Tabel met belangrijkste stakeholders + hun standpunten
- Analyse van communicatiestrategieën van vergelijkbare organisaties (met voorbeelden van toon, kernboodschap, timing)
- Aanbevelingen voor onze eigen communicatiestrategie

Beperkingen:

- Rapport maximaal 2 pagina's, geschikt voor directieteam
- Vermijd te technische netbeheerdata, focus op publieke beeldvorming

Behoud regie over je AI-teksten met Canvas

Soms kan schrijven met AI ook frustrerend zijn. Er veranderen dingen waar je niet om vroeg. De AI wil AI Die Hoofdletters Uit De Koppen Maar Niet Weghalen. Soms wil je alleen een specifieke alinea even snel aanpassen. En soms wil je gewoon zelf even in de tekst typen en sleutelen.

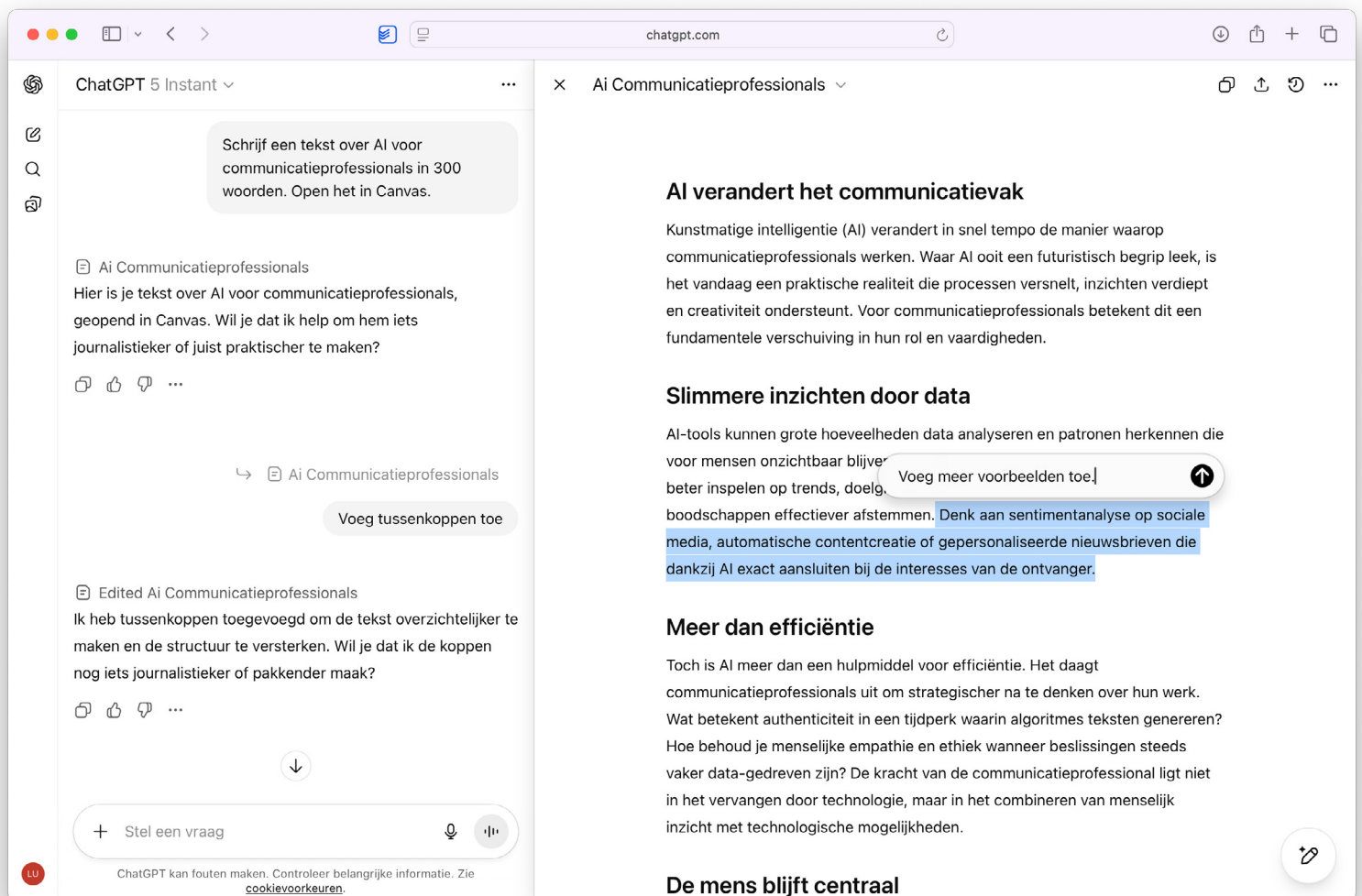
Daar hebben de AI-bedrijven een slimme oplossing voor bedacht. Zowel ChatGPT als Gemini hebben namelijk een ingebouwde tekstverwerker, genaamd Canvas. Met deze tool kun je direct in de AI-omgeving schrijven en aanpassen, waardoor je veel meer grip op je tekst houdt.

Het grote voordeel is dat je met Canvas een prompt op een specifieke alinea kunt loslaten. Dit voorkomt dat de AI ongemerkt wijzigingen doorvoert in stukken tekst die je eigenlijk al goed vond. Zo houd jij de volledige regie en bepaal je precies wat er wordt aangepast.

Je opent Canvas door hier in je prompt naar te vragen. Bijvoorbeeld: “Schrijf een tekst over AI en open dit in Canvas”. Je kunt Canvas ook activeren door de functie handmatig aan te zetten onder de opties in het invoerveld voor prompts.

Natuurlijk blijft het belangrijk om zelf eindredactie te voeren. Controleer na elke aanpassing of de tekst inhoudelijk nog steeds klopt en de juiste boodschap overbrengt.

Tip: *Veel individuele alinea's aangepast? Plak je uiteindelijke tekst in de AI en vraag: “Is deze tekst consistent en vrij van redundantie?”*



Bouw je eigen AI-assistent

De meeste mensen gebruiken ChatGPT, Claude of Gemini door elke keer opnieuw uit te leggen wat ze willen. Elke sessie beginnen ze weer vanaf nul. Context opnieuw geven, richtlijnen herhalen, voorbeelden aanleveren. Dat werkt, maar het kan slimmer.

Je kunt een assistent bouwen die al weet hoe jouw organisatie communiceert. Een GPT in ChatGPT, een Gem in Gemini, of een Project in Claude – het zijn verschillende namen voor hetzelfde idee: een AI-assistent die getraind is op jouw specifieke data en jouw specifieke taken uitvoert. Je richt het één keer in met je brand guidelines, tone of voice, goede voorbeelden en specifieke instructies. Daarna onthoudt de assistent alles.

Tip: *Alleen in Gemini kun je deze functie zonder betaald abonnement gebruiken.*

Waarom dit werkt

Voor communicatieprofessionals betekent dit: je bouwt assistenten voor terugkerende taken.

Denk aan:

- Een assistent voor persberichten die de huisstijl kent
- Een voor social media posts in de juiste tone of voice
- Een die externe communicatie checkt op begrijpelijkheid
- Een voor interne communicatie die rekening houdt met je organisatiecultuur

Het verschil met de reguliere chatfunctie: consistentie. Elke chat volgt dezelfde richtlijnen, gebruikt dezelfde toon, kent dezelfde kaders. Je hoeft niet steeds te controleren of de AI wel de juiste stijl hanteert. Dat zit al ingebakken. Je bouwt ze één keer, gebruikt ze honderd keer.

En het praktische: je assistenten staan altijd klaar in de zijbalk. Klik, en je bent aan het werk. Geen zoeken, geen opnieuw instellen. Nog beter: je kunt ze delen met collega's of je hele organisatie. Zo werkt iedereen met dezelfde richtlijnen, dezelfde tone of voice, dezelfde kwaliteit. Kortom, je hele team profiteert ervan.

Hoe begin je?

Het bouwen van zo'n assistent is eenvoudiger dan je denkt. De basis is overal hetzelfde: geef duidelijke instructies, voeg voorbeeldmateriaal toe, en test grondig.

Start klein: maak eerst één assistent voor één specifieke taak. Kijk wat werkt, verfijn, en bouw dan verder. Er zijn tutorials op de websites van OpenAI, Google en Anthropic. Of leer het in één van onze Aigenwijs-trainingen, waar we je stap voor stap laten zien hoe je effectieve assistenten bouwt voor jouw werkcontext.

Zodra je er een paar hebt gebouwd, zie je overal mogelijkheden. Welke terugkerende communicatietaak zou jij als eerste automatiseren?

aigen wijs.

Aigenwijs biedt hands-on trainingen voor communicatiepro's die slim en verantwoord willen werken met AI.

Praktisch, direct toepasbaar en een tikkeltje eigenwijs.

[Ontdek meer](#)





Eric & Luke

AI-trainers

Eric en Luke combineren jarenlange ervaring in creatie en communicatie met een frisse blik op de toekomst. Vanuit hun bureau Aigenwijs trainen ze communicatieprofessionals in het slim inzetten van generatieve AI. Waar Eric zijn creativiteit inzet in beeld en design, weet Luke hoe je verhalen laat vliegen op social media. Samen laten ze zien hoe technologie en talent elkaar versterken — en hoe AI helpt om ideeën sneller en slimmer tot leven te brengen.

OnlyHuman houdt je op de hoogte!



Nassauplein 25
2585 EC Den Haag
070 302 20 20
info@onlyhuman.nl

