

PLAYBOOK

B2B AI Adoption Playbook

Van nulmeting naar opschaling: AI inbedden in marketing en sales in vier fasen.

Waar dit playbook over gaat

AI in marketing en sales mislukt zelden door de techniek. Het mislukt omdat niemand eigenaar is, omdat de data niet klopt, of omdat teams tools proberen in plaats van processen te veranderen. Dit playbook beschrijft een aanpak in vier fasen: focus, pilot, inbedden en opschalen.

Fase 0 — Nulmeting

Meet eerst waar je staat. Zonder nulmeting kun je later geen effect aantonen en verzandt elk AI-initiatief in gevoel.

Dimensie	Vraag	Score 1-5	Bewijs
Strategie	Is er een expliciete keuze waar AI voor dient?		
Data	Vertrouwen we onze CRM-data?		
Processen	Zijn onze commerciële processen beschreven?		
Skills	Wie kan er vandaag al goed mee werken?		
Governance	Zijn er spelregels voor klantdata?		
Adoptie	Gebruikt het team AI wekelijks?		

Fase 1 — Focus (week 1-2)

Kies maximaal drie use cases. Meer betekent dat niets af komt. Beoordeel elke use case op impact, haalbaarheid en dataafhankelijkheid.

Use case	Impact (1-5)	Haalbaarheid (1-5)	Databehoefte	Eigenaar
Gespreksvoorbereiding automatiseren				
Leadkwalificatie verrijken				
Content hergebruiken en varianten maken				
Verlies-analyse op gesloten deals				

Use case	Impact (1-5)	Haalbaarheid (1-5)	Databehoeft	Eigenaar
Forecast onderbouwen				

Selectieregel

Start met de use case die (1) een taak raakt die minstens wekelijks voorkomt, (2) niet afhankelijk is van perfecte data, en (3) een duidelijke eigenaar heeft die er tijd voor krijgt.

Fase 2 — Pilot (week 3-6)

- Formuleer één meetbare hypothese: “Als we X automatiseren, dan daalt Y met Z%.”
- Kies een team van maximaal vijf mensen die willen. Verplichten werkt niet in een pilot.
- Zet een baseline vast: hoeveel tijd of conversie is het nu?
- Werk vier weken, met een wekelijkse terugkoppeling van 30 minuten.
- Documenteer prompts, uitzonderingen en fouten — dat is je echte opbrengst.
- Sluit af met een besluit: doorgaan, aanpassen of stoppen. Geen vierde optie.

Pilot-canvas

Vul in	Jouw antwoord
Hypothese	
Baseline (nu)	
Doel (na 4 weken)	
Deelnemers	
Tooling	
Risico's	
Besluitmoment	

Fase 3 — Inbedden (week 7-12)

Een pilot die werkt is nog geen verandering. Inbedden betekent dat de nieuwe manier de standaard wordt, ook als de enthousiaste collega op vakantie is.

Actie	Waarom	Wie	Klaar wanneer
Proces herschrijven	Anders valt het team terug		
Prompts en templates centraal zetten	Kennis mag niet persoonlijk blijven		
Rol in CRM/workflow vastleggen	Zonder systeem geen gewoonte		
Onboarding aanpassen	Nieuwe mensen starten meteen goed		
Kwaliteitscontrole afspreken	Output moet betrouwbaar blijven		

Fase 4 — Opschalen

- Breid uit naar een tweede team pas nadat het eerste team de nieuwe werkwijze twee maanden volhoudt.
- Maak resultaten zichtbaar in de taal van de directie: tijd, pipeline, winkans, marge.
- Bouw een interne demo-ritme: één keer per maand laat iemand zien wat hij heeft gemaakt.
- Investeer in dataverbetering pas wanneer je kunt aanwijzen welk veld de use case blokkeert.
- Herhaal de nulmeting elk kwartaal en vergelijk met fase 0.

Governance in één pagina

Onderwerp	Onze afspraak
Welke data mag in AI-tools?	
Welke tools zijn goedgekeurd?	
Wie controleert output vóór klantcontact?	
Hoe gaan we om met AI-vermelding?	
Wat doen we bij een fout richting een klant?	
Wie beslist bij twijfel?	

KPI-set

KPI	Nulmeting	Na 90 dagen	Doel
Tijd per gespreksvoorbereiding			
Doorlooptijd lead → eerste contact			
Winkans op gekwalificeerde deals			
Aantal actieve AI-gebruikers per week			
Datacompleteheid kernvelden			

Valkuilen

- Tien pilots tegelijk starten en er geen enkele afmaken.
- AI inzetten op een proces dat zonder AI ook al niet werkte.
- Alleen op efficiëntie sturen, waardoor niemand groei ziet.
- Data-perfectionisme: eerst een jaar opschonen, dan pas beginnen.
- Geen eigenaar met tijd — het belangrijkste faalpunt in de praktijk.