

**“Wat wordt de invloed van AI op jouw marketingrol?”**

# HOE BLIJF JE ALS MARKETINGFUNCTIE RELEVANT?

De impact van marketing op complexe B2B-beslissingen:  
Van het verbinden van expertise naar commerciële groei

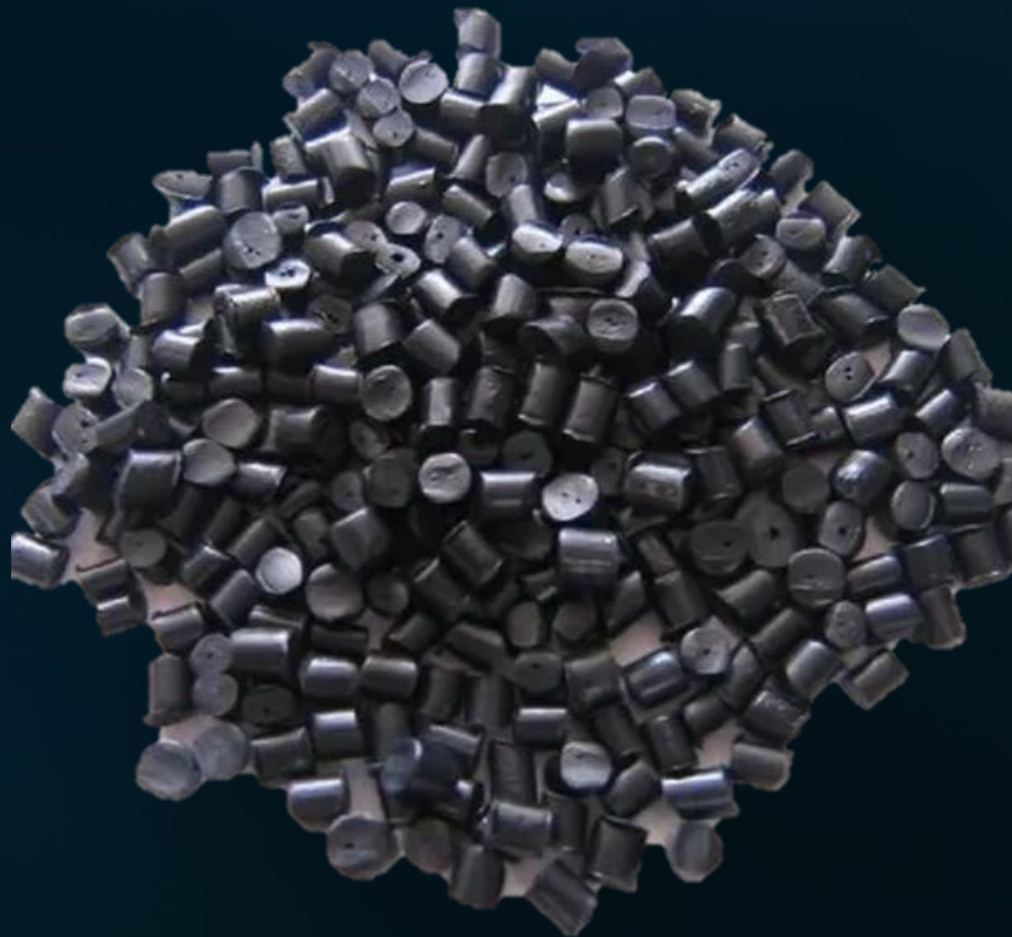
**Luc Meeks | Michael Kriek**

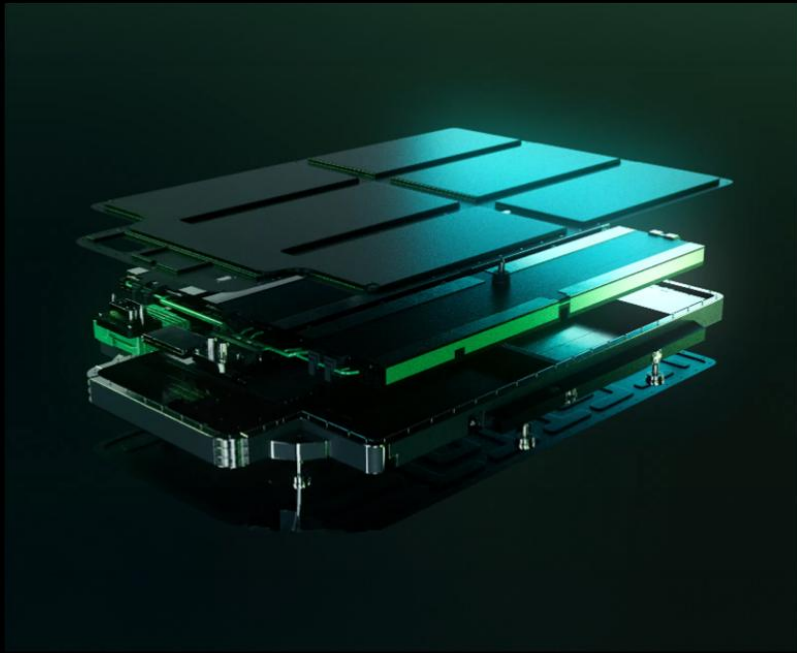
NIMA Marketing Day

11 juni 2026

***Envalior***  
*Imagine the Future*

***Envalior***









**Luc Meeks**

*Global Digital Marketing Manager*



**Michael Kriek**

*Global Digital Marketing Manager*

Ik heb zelf maar een brochure gemaakt in **Claude**. Helemaal on brand

Ik heb met **ChatGPT** een persbericht geschreven

Hier is een marketing plan om mijn product te promoten, gemaakt met **Gemini**!

MARKETING IN THE AGE OF **AI**



MEER MET MINDER + ANDER = NIEUWE ROL

eh...



CONTENT CREATIE?

CAMPAGNE IDEEËN?

SOCIAL POSTS?

NEWSLETTER TEKST?

WEBSITE LANDING PAGE?

MEETBARE IMPACT?





# Is marketing nog wel relevant?

Waar voegen wij nog écht waarde toe?

## DISRUPTIE 1 · INTERN



### Marketing is niet langer (ons) monopolie

Dankzij AI kunnen collega's buiten Marketing steeds meer marketing-activiteiten zelf uitvoeren:

*contentcreatie, campagnes,  
marketingplannen, proposities en  
klantcommunicatie.*

## DISRUPTIE 2 · EXTERN



### Klanten oriënteren zich steeds vaker zonder jou

Klanten doen steeds meer zelfstandig onderzoek, vinden online steeds vaker antwoorden en hebben minder directe hulp van leveranciers nodig

# Grijp je kans!

AI neemt uitvoering over, daardoor komt onze échte waarde vrij



## Wat jou onderscheidt als B2B marketeer

- Diep klantinzicht
- Begrip van complexe besluitvorming
- Verbindend vermogen
- Vertalen van expertise naar waarde
- Pragmatisch en resultaatgericht
- Langetermijn- en systeemdenken



## Een geautomatiseerde operatie

Wanneer de operatie geautomatiseerd wordt, ontstaat er meer tijd voor andere activiteiten.



## Meer tijd voor wat telt

Met die tijd pak je de dingen op die je organisatie en klanten écht helpen.

# Vier focusgebieden voor Marketing

Waar we het verschil kunnen maken



## Verbinder

Verbindt expertise uit de hele organisatie en maakt deze toegankelijk voor klanten



## Kwaliteitsbewaker

Bewaakt relevantie, geloofwaardigheid en klantwaarde in een wereld van onbeperkte contentcreatie.



## Groeiversneller

Helpt succesvolle initiatieven uit Sales, IT en R&D sneller te schalen naar commerciële impact.

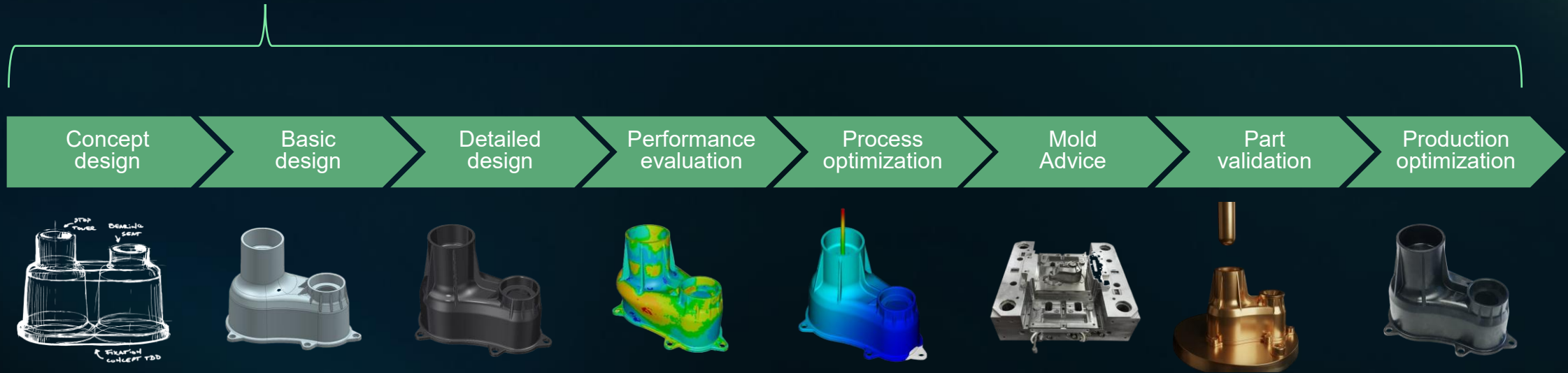


## Aanjager Digitale Business

Ontwikkelt mee aan digitale oplossingen die klanten helpen gedurende hun volledige beslisproces.

# PRAKTIJKCASE

# DE KLANTREIS



Een lang proces van continue iteratie met behoefte aan informatie over materialen en hun specificaties

# De veranderende klantverwachting

## Trends

### Snelheid

“Ontwikkelcycli worden steeds korter. Snel kunnen schakelen is cruciaal.”

**Mechanical Design Engineer**  
Consumer electronics manufacturer

### Inzichten

“Help mij sneller begrijpen welke keuzes relevant zijn.”

**Materials Engineer**  
Agricultural equipment manufacturer

### Data

“Eenvoudige toegang tot betrouwbare materiaaleigenschappen en data zou ons echt vooruit helpen.”

**Innovation Manager**  
Industrial automation company

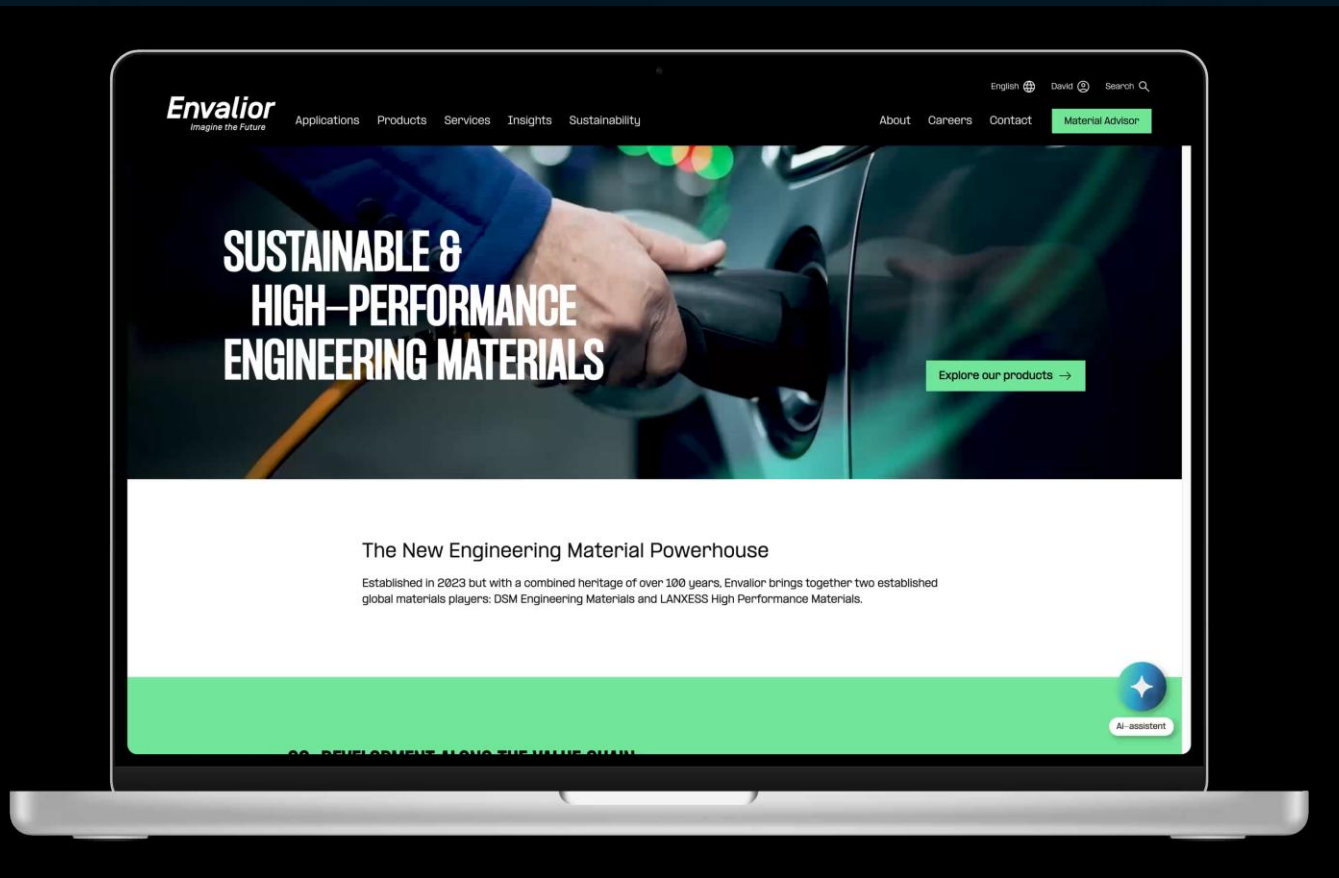
### Autonomie

“Ik vind liever zelf het antwoord, voordat ik contact opneem met een leverancier.”

**Product Development Engineer**  
Automotive supplier

# Material Advisor met AI-assistent

De oplossing

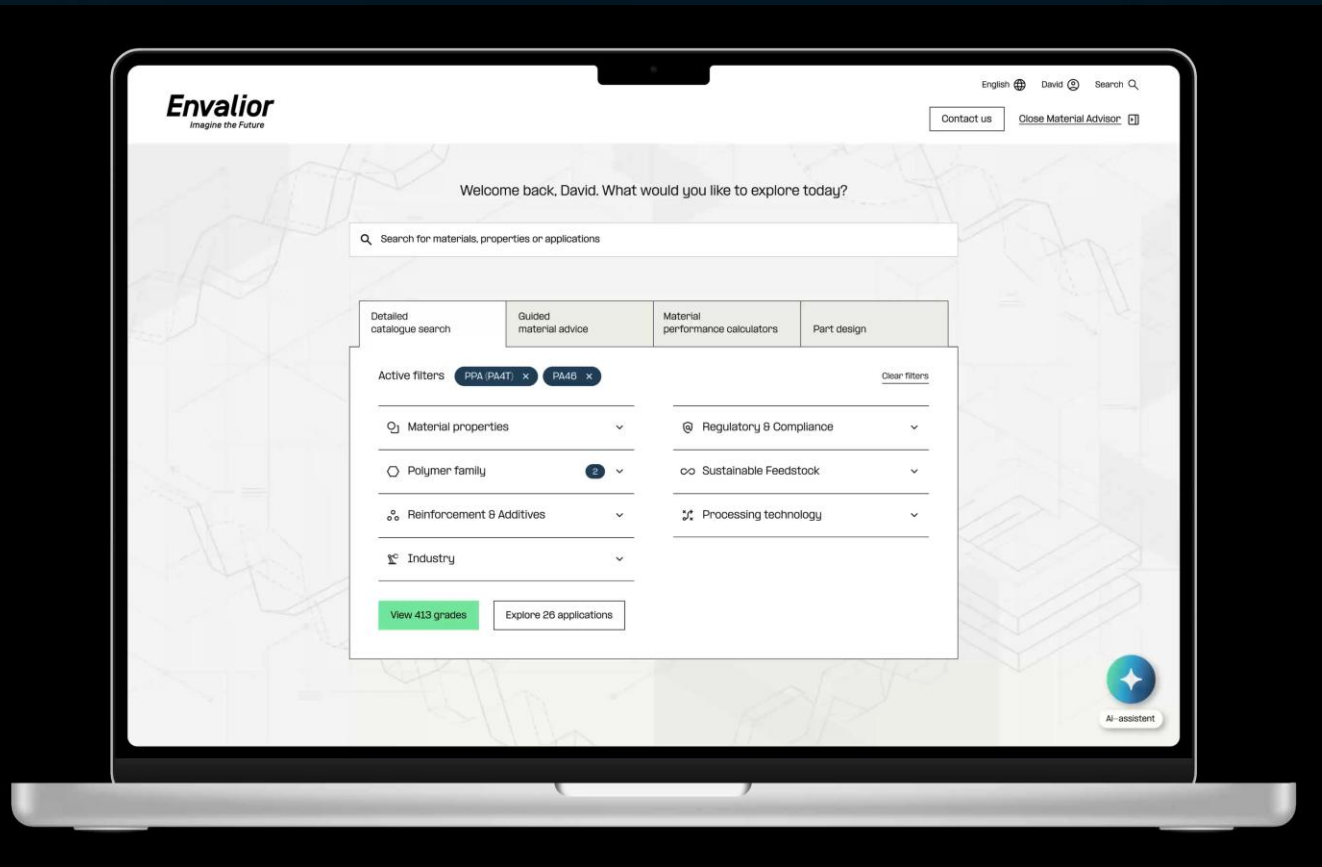


- Self-service platform
- Toegang tot technische data
- Begeleiden van oriëntatie naar selectie

Engineers zoeken geen brochure, maar directe toegang tot technische specificaties

# Material Advisor met AI-assistent

De oplossing



- Directe technische antwoorden
- Snelle navigatie naar oplossingen
- Begeleiding bij materiaalkeuzes

Niet als vervanging van expertise, maar als versneller van technische besluitvorming.

# De realiteit achter de oplossing

We hebben een oplossing! En nu?

- Expertise zat verspreid en sloot niet aan op klantvragen
- IT, R&D en business werkten langs elkaar heen
- Focus op requirements
- Relatief klein marketingteam
- Afhankelijk van agency voor design & development

# Waarom marketing een centrale rol pakte



## Marketing

Deed onderzoek naar klantbehoefte

Vertaalde usecases naar requirements

Vertaalde klant behoefte naar features

Stuurde op klantreis

# De nieuwe rol van marketing

Digitale klantbeleving ontstaat wanneer marketing, expertise en technologie samenkomen



# Wat deze aanpak heeft opgeleverd?

1.

Van losse silo's naar één team om de klant

2.

Van "technisch werkend" naar "echt waardevol"

3.

Engineers kunnen sneller en betere keuzes maken

4.

Marketing kreeg een strategischere rol

**De vraag is niet óf marketing verandert**  
**De echte vraag is...welke rol pak jij?**



***Envalior***

*Imagine the Future*