



INLEIDING

- Wie zijn wij
- Always on marketing
- Content maken
- Meta / Andromeda
- AI & Data

ONTMOET DE BOEREN



SEM

Mede-Oprichter & Online Boer



BRAM S.

Online boer



BRAM B.

Mede-Oprichter & Online Boer



MAS

Online boer



THOMÉ

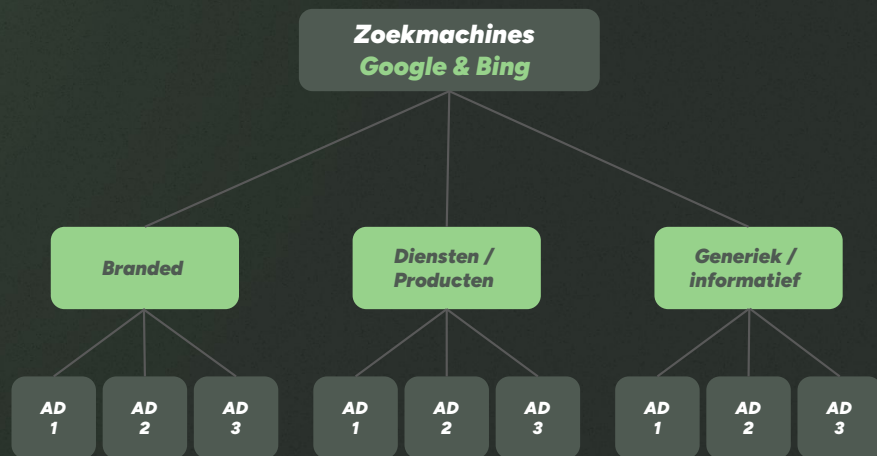
Online boer in opleiding

ALWAYS -ON ADVERTISING

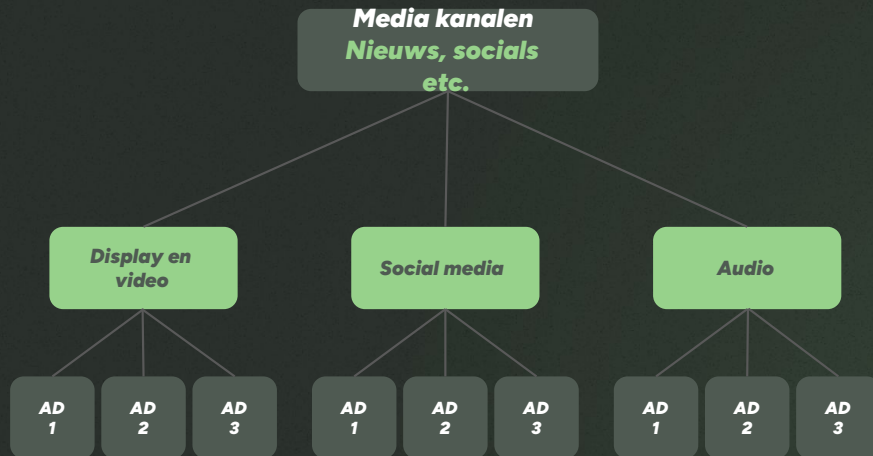
BLIJF ZICHTBAAR MET PULL- EN PUSH-MARKETING

ALWAYS-ON DIGITAL ADVERTISING STRATEGIE

Pull marketing



Push marketing



DE KRACHT VAN *PUSH & PULL*

- Blijf 24/7 zichtbaar
- Herhaling = Herkenning
- Blijf zichtbaar op meerdere kanalen
- Sterke Leadflow

CONTENT MAKEN MET AI

AI-AFBEELDINGEN ZIJN NIET VAN ECHT TE ONDERSCHIEDEN

WELKE AFBEELDING IS **AI**?

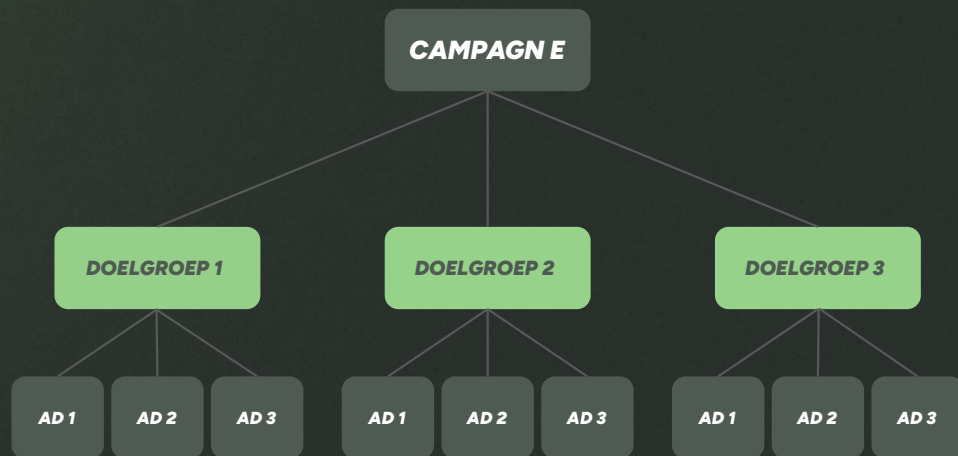


CREATIVE ADS MET *AI*: DE META UPDATE VAN 2025

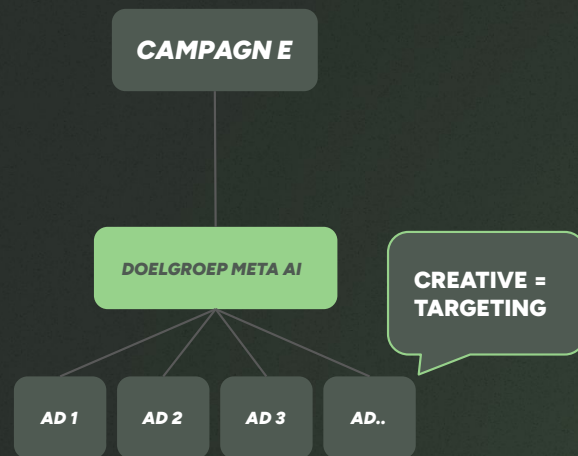
WAAROM 'CREATIVE' DE NIEUWE 'TARGETING' IS.

ANDROMEDA UPDATE

OUD



HEDEN



CREATIVE = TARGETING

LEEFTIJD

38 jaar

WOON- PLAATS

Utrecht

WOON- SITUATIE

Samenwonend

OPLEIDIN G

Communicatie

WERK

Sr. Marketing
Consultant

HOBBY'S

Voertuigen,
Hardlopen &
Fotografie



**HENDRIK
SCHUURMAN**

PROFIEL

Meta combineert zijn demografische data met gedragssignalen over hardlopen, fotografie en auto's. Dit resulteert in gerichte targeting voor high-end lifestyle- en B2B-producten.

CREATIVE = TARGETING

Hoe werkt het?

- AI analyseert jouw afbeelding/video
- Op basis van de creative zoekt Meta de juiste doelgroep
- De visuele content is de nieuwe targeting

De consequentie?

- Jouw visuals bepalen je doelgroep
- Branding en kwaliteit zijn cruciaal

SCHAALBAAR CONTENT MAKEN



AI PROMPT
ASSISTANT



GENERATIE
(Spaces)



TESTEN
(Meta)

OUTPUT:
Geoptimaliseerde varianten



We gebruiken data om de AI te sturen. Betere prompts leiden tot betere visuals en hogere resultaten.

Jeremy

Input



Image Instructions

A person sitting on the edge of a large green metal container, viewed from an extreme nadir angle (bottom-up), with the camera directly below pointing at the deep blue sky. The person has windblown brown and blond hair, wearing a red jacket and loose-fitting gray pants. Sneakers like the ones in the reference. The face is partially shaded, with a relaxed and confident expression looking toward the horizon. Urban-industrial setting with...

Image Result

Megan



Note

A person sits on a green container's edge, viewed from below, gazing at the blue sky. They have windblown brown and blond hair, a red jacket, gray pants, and sneakers. Their face is shaded, with a relaxed expression.

Edward

Image Result



HOE NU VERDER ? (START & OPTIMALISATIE)

01

START DE MIX

Start met ~6 advertenties in een mix van video en beeld. Test direct breed om te zien wat het beste aanslaat.

02

WEKELIJKS METEN

Kijk elke week naar de resultaten. Analyseer de data om te zien wat aanslaat (de winnaars) en wat geld kost (de verliezers).

03

FILTER & VERNIEUW

Zet de slechte advertenties uit. Voeg wekelijks slechts één nieuwe visual toe. Zo blijf je itereren zonder de stabiliteit te verliezen.

04

LAAT AI LEREN

Geef het algoritme de tijd. Door rustig aan te passen en niet te 'overloaden', bouwen we stabiel aan een winnende campagne.

05

SCHAAL & GROEI

Kijk goed naar wat werkt. Maak op basis van die 'winnaars' nieuwe variaties en visuals om de campagne succesvol op te schalen.

***AI HEEFT NU TOEGANG TOT AL
JULLIE MARKETING DATA***

EN SPREEKT NEDERLANDS..

DATABRONNEN VOORHANDEN IN JOUW FAVORIETE LLM





Vertel me hoe onze branded campagne afgelopen 7 dagen heeft gepresteerd. Gebruik hierbij inzichten uit Google Ads én GA4.

Prestaties overzicht

Metric	Waarde
Impressies	33
Klikken	15
CTR	45,5%
Gem. CPC	€0,07

Korte toelichting prestatie: De prestaties fluctueren behoorlijk. 8 december was de sterkste dag (10 impressies, 5 klikken), terwijl 3 december het rustigst was (2 impressies, 0 klikken). De engagement rate voor de branded campagne is 57%, hoger dan direct verkeer.

Reply ...

Opus 4.5 ▾



VOORDELEN VOOR JOU ALS **MARKETEER**



SNELLER ANALYSEREN

Wat normaal uren kost (inloggen, exporteren, combineren, analyseren) doe je nu in seconden met één vraag. Van vraag naar inzicht in <1 minuut.



NATUURLIJKE TAAL

Geen GAQL, API-kennis of dashboard-klikken nodig. Gewoon vragen: "Welke zoektermen verspillen geld?" — de LLM vertaalt.



CROSS DATABRON

GADS + GA4 + GSC data in één antwoord gecombineerd. Zie verbanden die je mist als je elk platform apart bekijkt.



CONCRETE AANBEVELINGEN

Geen ruwe data maar concrete aanbevelingen: uitsluitings termen, optimalisatie kansen, verbeterpunten. Klaar om te implementeren.

SCRIPTING **VS** LLM

+ 1

ONLINE BOER



VOORBEELD *PROMPTS*

"Analyseer de Adfarm branded campagne en website performance van de afgelopen 7 dagen. Geef de belangrijkste KPIs uit Google Ads en GA4, en noem concrete verbeterpunten."

Opus 4.5 ▾



BLOG *AUTOMATION*

"Haal vanuit Google Search Console 'hoe', 'wat', 'waarom' vragen & andere long tail zoektermen op en genereer elke dag één blog. Zet deze in concept klaar in WordPress én stuur me een mailtje zodat ik het nog even kan controleren voor livegang."

Opus 4.5 v



GOLDMINE KEYWORDS

"Haal de top 20 GSC zoektermen voor adfarm.nl van de afgelopen 30 dagen met de meeste impressies maar lage posities (4-20). Controleer of we deze nog niet targeten in Google Ads. Dit zijn potentiële 'goldmine' keywords."

Opus 4.5 v



ANALYSEREN & RAPPORTEREN

"Analyseer Adfarm over de afgelopen 30 dagen: geef Google Ads performance (kosten, conversies, CPA), GA4 engagement per kanaal (bounce rate, sessies), en GSC zoektermen met hoge impressies maar lage CTR.

Opus 4.5 v



ZOEKTERMEN **UITSLUITEN**

"Analyseer de search terms voor de Adfarm campagnes. Vind irrelevante zoektermen (laag CTR, geen conversies, hoge kosten) en stel uitsluitingen voor op ad group of campagneniveau."

Opus 4.5 ▾



ZELF JE LLM CONNECTEN

01

KIES JE MCP-SERVER

Installeer een MCP-server die je databronnen ontsluit (BV. N8N). Dit wordt de "brug" tussen data & LLM.

02

DATABRON KOPPELEN

Configureer je databronnen via OAuth. Configureer de API-credentials en test of je data kunt ophalen.

03

BOUW WORKFLOWS

Maak herbruikbare workflows die specifieke queries uitvoeren. Elke workflow wordt een tool voor de LLM.

04

LLM CONNECTEN

Voeg de MCP-server toe aan je favoriete LLM. Definieer welke tools beschikbaar zijn.

05

TIJD OM TE CHATTEN

Start een gesprek en test of de LLM je tools correct aanroept. Verfijn je workflows op basis van de output.

AI KAN MEER DAN DAT JE DENKT

Zijn er nog vragen?



bram.starink@adfarm.nl

06 444 734 33