

GRATIS PROMPTCURSUS

AI-content die niet naar AI klinkt.

Vijf lessen met de prompts die wij dagelijks gebruiken voor klantwerk. Social posts, advertentieteksten, blogartikels en e-mails. Kopieer, plak, pas aan.

Creative Edge · marketing op maat voor Vlaamse KMO's

creative-edge.be · info@creative-edge.be · (+32) 456 99 26 75

Editie september 2026

De vier bouwstenen van een goede prompt

Bijna elke tegenvallende output komt van een prompt die maar twee van de vier bouwstenen bevat. Vraag en klaar, zonder context en zonder grenzen.

1. Rol

Wie moet het model zijn? Niet "je bent een expert marketeer", dat betekent niets. Wel: "je schrijft voor een garagehouder in Antwerpen die zelf zijn social media doet".

2. Context

Wat weet het model nog niet? Uw sector, uw klant, uw aanbod, uw prijs, wat u al geprobeerd heeft. Dit is het deel dat de meeste mensen overslaan en dat het meeste oplevert.

3. Opdracht

Wat moet er precies uitkomen? Aantal, vorm, lengte. "Schrijf drie varianten van maximaal 125 tekens" verslaat "schrijf een post".

4. Beperking

Wat mag er niet in? Dit is de bouwsteen die de AI-toon wegneemt. Verbied woorden, verbied openingszinnen, verbied structuren.

BASISSJABLOON, BEWAAR DIT

ROL

Je schrijft voor [bedrijf], een [type bedrijf] in [stad].
De lezer is [wie precies].

CONTEXT

Wat we verkopen: [aanbod]
Prijs: [bedrag of vanaf-prijs]
Wat de klant echt wil: [uitkomst, niet de dienst]
Wat we al probeerden en niet werkte: [kort]

OPDRACHT

Schrijf [aantal] [vorm] van maximaal [lengte].
Elke variant vertrekt van een andere invalshoek.

BEPERKING

- Geen inleidende zin. Start met de kern.
- Verboden woorden: naadloos, ontdek, in de snel veranderende wereld, oplossing op maat, uniek, revolutionair, in het huidige landschap.
- Geen uitroeptekens. Maximaal een emoji per tekst.
- Zinnen onder 15 woorden.
- Schrijf in de u-vorm.

De test: lees uw prompt en vraag u af of een nieuwe medewerker met alleen die tekst het werk zou kunnen doen. Zo niet, dan mist er context, geen instructie.

De zeven woorden die u laat verbieden

Deze woorden komen in bijna elke ongestuurde AI-tekst voor. Zet ze in elke prompt op de verbodsjijst en de helft van de AI-toon verdwijnt meteen.

- naadloos, moeiteloos, probleemloos
- ontdek, duik in, verken
- in de snel veranderende wereld van
- oplossing op maat, uniek, revolutionair
- in het huidige landschap
- het is belangrijk om op te merken dat
- of u nu ... of ...

Uw schrijfstem vastleggen

"Schrijf in mijn stijl" werkt niet. Het model kent uw stijl niet. U moet die één keer uitschrijven en daarna telkens meegeven.

Neem drie teksten die u zelf geschreven heeft en waar u tevreden over bent. Een mail aan een klant, een offerte-inleiding, een post die goed viel. Laat het model er een profiel van maken.

STAP 1, STIJLPROFIEL MAKEN

Hieronder staan drie teksten die ik zelf schreef.

Analyseer ze en geef mij een stijlprofiel van maximaal 200 woorden dat ik voortaan bij elke prompt kan plakken.

Beschrijf concreet:

- gemiddelde zinslengte en of ik lange of korte zinnen gebruik
- of ik u of je gebruik
- vijf woorden of uitdrukkingen die typisch voor mij zijn
- vijf woorden die ik duidelijk vermijd
- hoe ik teksten open en hoe ik ze afsluit
- hoeveel jargon ik gebruik

Geef alleen het profiel terug, geen uitleg errond.

TEKST 1:

[plak hier]

TEKST 2:

[plak hier]

TEKST 3:

[plak hier]

STAP 2, HET PROFIEL GEBRUIKEN

SCHRIJFSTEM

[plak hier het profiel uit stap 1]

Schrijf de tekst hieronder volledig in die stem.
Wijk niet af, ook niet als een andere formulering mooier klinkt.

OPDRACHT

[uw opdracht]

Waarom dit werkt: u vervangt een vaag bijvoeglijk naamwoord ("professioneel", "toegankelijk") door meetbare kenmerken. Zinslengte en woordkeuze zijn te controleren, sfeer niet.

Social posts en reels

Op social beslist de eerste regel of iemand blijft. Laat het model daarom eerst haken maken, kies er één, en pas dan de rest.

HAKEN GENEREREN

ROL

Je schrijft social content voor [bedrijf], [sector], [stad].
De lezer is [wie], die scrollt op zijn telefoon.

OPDRACHT

Geef mij 10 openingszinnen van maximaal 12 woorden
voor een post over [onderwerp].

Verdeel ze zo:

- 3 die een concrete kost of verlies benoemen
- 3 die een veelgemaakte fout benoemen
- 2 die een cijfer of resultaat gebruiken
- 2 die een vraag stellen die de lezer met ja beantwoordt

BEPERKING

- Geen clickbait, geen overdrijving.
- Geen woord "ontdek", geen uitroeptekens.
- Elke zin moet op zich kloppen, ook zonder de rest.

POST UITSCHRIJVEN

Gebruik deze haak: "[gekozen haak]"

Schrijf daaronder een post van 60 tot 90 woorden.
Structuur: haak, het probleem in twee zinnen,
wat wij doen in twee zinnen, een concrete vraag als slot.

BEPERKING

- Geen hashtags in de tekst, geef er 3 apart onderaan.
- Geen opsomming met bulletpoints.
- Eén cijfer of concreet detail is verplicht.
- Zinnen onder 15 woorden.

REEL-SCRIPT VAN 30 SECONDEN

Schrijf een script van 30 seconden over [onderwerp].

Formaat: een tabel met drie kolommen.

Kolom 1: tijdcode in blokken van 5 seconden.

Kolom 2: wat er te zien is (beeld, geen beschrijving van sfeer maar van wat de camera toont).

Kolom 3: wat er gezegd wordt, maximaal 12 woorden per blok.

De eerste 3 seconden moeten werken zonder geluid.

Sluit af met één concrete actie voor de kijker.

Advertentieteksten en landingspagina's

Bij advertenties is de tekenlimiet de belangrijkste beperking. Geef die altijd mee, anders krijgt u tekst die u zelf nog moet inkorten.

Onderdeel	Limiet	Aantal nodig
Google Ads kop	30 tekens	15
Google Ads beschrijving	90 tekens	4
Meta primaire tekst	125 tekens zichtbaar	3
Meta kop	40 tekens	3

GOOGLE ADS, RESPONSIVE SEARCH

ROL

Je schrijft Google Ads voor [bedrijf], [sector], [stad].

CONTEXT

Zoekterm waarop we bieden: [zoekterm]

Aanbod: [aanbod]

Vanaf-prijs: [bedrag]

Onderscheid: [wat u anders doet]

OPDRACHT

Geef 15 koppen van MAXIMAAL 30 tekens en

4 beschrijvingen van MAXIMAAL 90 tekens.

Tel de tekens en zet het aantal tussen haakjes achter elke regel.

Verdeel de koppen zo:

- 4 met de zoekterm er letterlijk in
- 3 met een prijs of cijfer
- 3 met de uitkomst voor de klant
- 3 met een actie (bel, vraag aan, bereken)
- 2 met de stad erin

BEPERKING

- Nooit over de tekenlimiet, ook niet met één teken.
- Geen superlatieven zonder bewijs.
- Geen uitroeptekens.

LANDINGSPAGINA DIE AANSLUIT

De advertentiekop is: "[kop]"

Schrijf de bijhorende landingspagina.

De H1 herhaalt die kop woord voor woord.

Structuur:

1. H1 (identiek aan de advertentiekop)
2. Eén zin die de belofte concreet maakt
3. Drie problemen die de bezoeker herkent, elk in maximaal 25 woorden
4. Onze aanpak in drie stappen
5. Prijs, als bereik, expliciet vermeld
6. Vier veelgestelde vragen met antwoord van 40 tot 70 woorden
7. Eén afsluitende call to action

BEPERKING

- Eén call to action op de hele pagina.
- Prijs mag nooit ontbreken.
- Geen claim zonder cijfer of voorbeeld erachter.

Blogartikels en e-mails

Vraag nooit in één keer om een volledig artikel. Werk in drie stappen: onderwerp, structuur, tekst. Elke stap keurt u goed voor de volgende start.

STAP 1, STRUCTUUR

Onderwerp: [onderwerp]

Lezer: [wie precies, welk probleem]

Zoekterm: [term]

Geef mij een structuur voor een artikel van 800 tot 1.100 woorden.

Per sectie:

- de kop
- in één zin wat die sectie beantwoordt
- welk concreet cijfer, voorbeeld of prijs erin hoort

Voeg vier veelgestelde vragen toe die echt gesteld worden, geen bedachte.

Geef alleen de structuur, nog geen tekst.

STAP 2, TEKST PER SECTIE

Schrijf nu alleen sectie [nummer] uit.

BEPERKING

- Begin met de kern, geen inleidende zin.
- Zinnen onder 15 woorden.
- Elke bewering krijgt een cijfer, prijs of voorbeeld.
- Geen opsomming van meer dan vier punten.
- Als je iets niet zeker weet, schrijf [CONTROLLEREN] in plaats van te gokken.

E-MAIL NAAR EEN BESTAANDE KLANT

ROL

Je schrijft namens [uw naam] van [bedrijf].
De ontvanger is een bestaande klant, [context].

OPDRACHT

Schrijf een mail van maximaal 120 woorden over
[onderwerp].

Structuur: één zin die verwijst naar iets concreets
van die klant, dan waarover het gaat, dan één vraag.

BEPERKING

- Onderwerpregel van maximaal 45 tekens, geef 3 opties.
- Geen "ik hoop dat het goed met u gaat".
- Geen bijlage aankondigen die er niet is.
- Sluit af met een vraag, niet met een verkoopzin.

Controlelijst voor publicatie

- Staat er een cijfer, prijs of voorbeeld in? Zo niet, is het lucht.
- Zou u deze eerste zin zelf hardop zeggen tegen een klant?
- Staat er ergens [CONTROLLEREN]? Eerst nakijken.
- Komt er een verboden woord in voor? Vervang het.
- Klopt elke bewering over uw eigen dienst en prijs?
- Is er precies één actie die de lezer moet doen?

Onthoud dit: Al schrijft de eerste versie, u schrijft de laatste. Wie die laatste stap overslaat, publiceert wat iedereen publiceert.

Deze cursus hoort bij Creative Edge, marketing op maat voor Vlaamse KMO's.

Liever dat wij het doen? Plan een gratis gesprek van 30 minuten via creative-edge.be/contact

info@creative-edge.be · (+32) 456 99 26 75 · BTW BE 1033.799.571