



esncy.

Authentieke content schrijven met AI

**AI gebruiken zonder je stem en
geloofwaardigheid te verliezen.**

Toon Lenaerts

Inleiding

Deze gids is er voor zelfstandige ondernemers en experts die AI willen gebruiken om met hun persoonlijk merk online zichtbaar te zijn, maar zichzelf willen blijven herkennen in hun woorden.

Dit is geen handleiding om sneller of vaker te posten, en ook geen contentstrategie. Verwacht je ook niet aan een resem prompts of hacks. Het is een begeleide setup van denken, context bepalen en werkwijze, zodat AI stopt met oppervlakkige teksten ("AI-slop") te produceren en begint mee te denken in je personal branding.

Praktisch: ik schrijf deze gids AI-provider-neutraal en illustreer dit met voorbeelden uit ChatGPT, Claude en Le Chat, zodat je de flexibiliteit hebt om dit in jouw systeem te implementeren.

AI-slop is merkschade

Ik merk dat het hier typisch fout loopt omdat mensen systemen als ChatGPT of Claude te weinig houvast geven over wie ze zijn, wat ze willen uitstralen en wat er absoluut niet bij hen past. Dan krijg je output die "wel oké" lijkt, maar tegelijk generiek voelt, of plots klinkt alsof je iemand anders bent. Op die manier verlies je ofwel tijd aan herschrijven terwijl je tijd dacht te winnen. Ofwel riskeer je je merk te schaden...

Deze gids is merkbescherming

Na deze gids weet je wat je AI-systeem van jou moet kennen, waarom het vandaag fout loopt, en hoe je zelf betere output krijgt zonder jezelf te verliezen. Je krijgt een vaste set-up die je merk beschermt in plaats van ondermijnt. Dit werkt alleen als je AI gebruikt als sparringpartner en schrijfhulp, niet als auteur, en als je zelf eindverantwoordelijke blijft voor wat je post.

🔍 **Kwaliteitscheck**

Gebruik deze vragen om te evalueren waar je vandaag staat.

- Als je je huidige posts hardop voorleest, kan je jezelf dan meteen herkennen aan toon en woordkeuze?
- Welke zinnen in je huidige output lijken "prima", maar zijn eigenlijk leeg of te glad?
- Waar wil je dat AI je scherper maakt: ideeën, structuur, formulering, of nuance?

Overzicht

We behandelen 5 blokken in deze gids om AI te kunnen gebruiken voor je persoonlijk merk.

1

Je merk versus AI

Leer hoe AI je merk kan schaden en wat je kan doen om dit te vermijden.

2

Jouw context

Definieer je visie, missie en positionering zodat je AI je eigen kader kan geven.

3

Jouw spreekstem

Definieer jezelf en je schrijfstijl zodat je AI consistent laat schrijven "zoals jij".

4

Je AI systeem instellen

Zet je AI praktisch op zodat het je content productie ondersteunt als systeem.

5

Content productie met AI

Tips om inhoudelijke echtheid in je content te steken wanneer je AI brieft.



1. Je merk versus AI

Personal branding is belangrijker geworden omdat mensen vooral mensen willen volgen. Minder reclame, meer perspectief, ervaring en nuance. Als persoon bouw je sneller een netwerk op, en van daaruit sympathie en vertrouwen (Know-Like-Trust). Net daarom is dit onderdeel essentieel: zodra AI mee aan je content werkt, beïnvloedt het ook je reputatie of merk. Als je dat oppervlakkig aanpakt, voelt je publiek dat sneller dan je denkt.

Als iedereen "super" is, dan is niemand het nog. (Syndrome, The Incredibles)

AI maakt content produceren belachelijk gemakkelijk, en ondertussen wordt het merendeel van de content met AI gemaakt. ([Ahrefs](#), [dataconomy.com](#)) Alleen, "meer" betekent niet "beter". Net zoals bij kwaliteit, tijd en prijs: Kwaliteit gaat lijden als je snel en goedkoop content gaat produceren.

Het gevolg herken je wel: je bent niet tevreden van de output, je herschrijft veel, of je posts lijken zelfs minder goed te werken. Dan zit je in AI-slop: tekst die klinkt als iedereen. Average Intelligence. De typische structuren, de meest gebruikte haakjes, de bekende give-aways (zoals het gedachtenstreepje, "En eerlijk?", overmatig emoji-gebruik, en van die "Niet X, maar Y"-zinnen) beginnen jouw stem te vervangen.

En dat heeft een kost: in onderzoek rond "workslop" beschrijft de [Harvard Business Review](#) dat **ongeveer 50% van de mensen de makers van AI-slop minder creatief, capabel en betrouwbaar inschat.** Dit risico van schade voor je merk is reëel en significant!

Daarom moet je je in vorm én inhoud blijven onderscheiden, en jezelf scherper leren formuleren zodat AI geen rommel produceert.

AI hoort een sparringpartner en schrijfhulp te zijn, met jouw stem als kader. Dat is trouwens niet anders als je met een copywriter of ghostwriter zou werken: die kan pas voor jou schrijven als jij helder kan aanreiken wie je bent, wat je wil uitstralen, en wat er niet past.

🔍 **Kwaliteitscheck**

- Als iemand je posts door elkaar mixt met die van anderen in je niche, waaraan zou iemand jou nog herkennen?
- Welke woorden, structuren of toon tasten je geloofwaardigheid aan zodra je ze publiceert, ook al "klinkt het professioneel"?
- Als je dit een jaar lang zo blijft doen, wat gebeurt er dan met vertrouwen in jou als persoon?