

PRAKTISCHE GIDS VOOR CONTENTPRODUCTIE

Claude + Canva: 10 winnende prompts

Gebruik Claude om sneller social posts, carrousels, campagnevarianten en Canva-formats voor te bereiden

AI en creatief werk: wat er verandert

AI staat niet meer naast je werk als losse chatbot. Het beweegt dichterbij de tools die je dagelijks gebruikt. Voor Canva betekent dit: Claude helpt je sneller voorbereiden wat je gaat maken — voordat je ook maar één template opent.

De kern: Canva maakt ontwerpen toegankelijk. Claude maakt het proces vóór Canva slimmer — zodat je precies weet wat je moet maken.

Smaak, merkgevoel en eindcontrole blijven bij mensen. Waar Claude concreet helpt: een idee omzetten naar een bruikbaar format, een scherpe hook schrijven, een carousel structureren, variaties bedenken op een campagneboodschap.

Wat je in dit document vindt

- Waarom Claude interessant is voor teams die Canva gebruiken
- Hoe je Claude slim inzet vóór je Canva opent
- 10 directe prompts die je vandaag nog kunt gebruiken
- Een eenvoudige workflow van idee tot gepubliceerde visual
- Praktische aandachtspunten voor duurzaam gebruik

Geen technische handleiding — een praktisch startpunt voor ondernemers, marketeers en contentteams.

Wat teams dagelijks tegenkomen

Contentproductie kost meer tijd dan de meeste teams inschatten — niet het ontwerpen zelf, maar alles wat voorafgaat: bepalen wat je maakt, hoe je het formuleert, voor wie, in welk format.

Tijd & planning

Posts worden last-minute bedacht. De maandplanning is een voornemen, geen realiteit.

Ideeën & formats

Te veel losse ideeën die nooit een format worden. Eén onderwerp wordt één post, terwijl er vijf in zitten.

Tekst & variatie

Steeds dezelfde kapstok. Te weinig variatie per kanaal of doelgroep. Hooks zijn te generiek.

Campagnes & kanalen

Een campagneboodschap die niet goed vertaald wordt naar social formats per platform.

Waar Claude concreet helpt

- Sneller weten wat je moet maken
- Meer contentvarianten uit één idee halen
- Betere hooks en captions schrijven
- Carrousels gestructureerd opbouwen
- Campagnes vertalen naar de juiste social formats
- Content hergebruiken per kanaal zonder opnieuw te beginnen
- Templates vullen met inhoud die direct bruikbaar is

Belangrijk onderscheid: Creativiteit blijft menselijk. Smaak, merkgevoel, concept en eindcontrole liggen altijd bij mensen. Claude helpt met structuur, richting, tekst en variatie.

Claude slim inzetten naast Canva

De meeste waarde haal je uit Claude vóór je Canva opent. Claude helpt je inhoud en structuur klaar te zetten — zodat je in Canva direct aan de slag kunt.

Wat Claude doet vóór het ontwerpen

- **Onderwerpen omzetten naar formats** — een idee vertalen naar bruikbare contentformats (carousel, quote card, tip-post, reel-hook)
- **Hooks schrijven** — de openingszin van een post of eerste slide, scherp en gericht op de doelgroep
- **Carousels structureren** — slide-voor-slide opbouw met titels, inhoud en call to action
- **Tekstvarianten maken** — dezelfde boodschap in drie variaties, voor drie doelgroepen of kanalen
- **Campagnes vertalen naar posts** — van één centrale boodschap naar meerdere posts voor een hele week
- **Content hergebruiken per kanaal** — blogartikel of nieuwsbrief omzetten naar LinkedIn, Instagram en Facebook
- **Template-inhoud voorbereiden** — pakkende titels, beschrijvingen en CTA's klaar voor Canva

Claude doet

Inhoud, structuur, tekst, formats, variaties, hooks, captions en hergebruik.

Canva doet

Visuele opmaak, templates, merkstijl, kleuren, typografie en export.

Praktische tip: Start elke contentronde met één Claude-sessie. Bepaal het onderwerp, vraag formats en teksten, en vul vervolgens je Canva-templates. Je bespaart de helft van je voorbereidingstijd.

01 Social post omzetten naar een Canva-klaar format

Gebruik wanneer: je een idee hebt en wilt weten welk Canva-format het beste past.

Je bent mijn creatieve contentassistent. Ik geef je een boodschap of onderwerp. Jij vertaalt dit naar drie kant-en-klare Canva-formats.

Mijn boodschap: [onderwerp of boodschap]

Doelgroep: [beschrijf kort] Kanaal: [LinkedIn / Instagram / Facebook]

Geef per format: (1) Formatnaam, (2) Headline op de visual (max. 8 woorden), (3) Subline (max. 20 woorden), (4) Captionrichting (2–3 zinnen), (5) CTA (max. 5 woorden).

➤ Drie uitgewerkte contentformats klaar voor directe verwerking in Canva.

02 Carrouselstructuur opbouwen

Gebruik wanneer: je een educatieve of informatieve carrousel wilt maken op LinkedIn of Instagram.

Je bent mijn carrouselstrateeg. Maak een volledige slide-voor-slide opbouw voor een Canva-carrousel.

Onderwerp: [onderwerp] Doelgroep: [beschrijf] Doel: [informereren/inspireren/overtuigen] Slides: [bijv. 7]

Geef per slide: slidenummer + functie, titel (max. 6 woorden), inhoud (2–4 regels), visuele richting (icoon / opsomming / quote / diagram).

Sluit af met een CTA-slide in twee varianten.

➤ Volledige carrouselstructuur, slide-voor-slide klaar om in Canva in te vullen.

03 Campagneconcept uitwerken naar weekplanning

Gebruik wanneer: je een campagne of lancering wilt vertalen naar meerdere social posts.

Je bent mijn campagnestrateeg. Werk mijn campagneboodschap uit naar 5 posts voor één week.

Campagneboodschap: [beschrijf campagne of aanbod]

Doelgroep: [beschrijf] Kanalen: [LinkedIn / Instagram / Facebook]

Geef per dag: doel van de post, contentformat, headline op de visual (max. 8 woorden), captionrichting (toon + insteek), call to action.

Varieer in format en insteek, houd de lijn samenhangend.

➤ Vijf uitgewerkte posts voor één campagneweek, klaar om in Canva te bouwen.

04 Canva-templates vullen met scherpe inhoud

Gebruik wanneer: je een Canva-template hebt en die wilt vullen met sterke, merkwaardige teksten.

Je bent mijn tekstredacteur voor Canva-templates. Ik beschrijf een template, jij vult hem in.

Templatetype: [bijv. quote card / tip-post / aankondiging]

Merk of branche: [beschrijf kort] Boodschap: [wat wil je overbrengen?] Toon: [professioneel/toegankelijk/direct]

Geef: (1) Hoofdtitel (max. 7 woorden), (2) Subline (max. 18 woorden),
(3) Lichaamstekst (max. 3 regels), (4) CTA op visual (max. 5 woorden).

Lever elk element in drie varianten aan.

05 Contentvarianten per doelgroep maken

Gebruik wanneer: je dezelfde kernboodschap wilt overbrengen aan verschillende doelgroepen.

Je bent mijn doelgroepspecialist. Ik geef je één kernboodschap. Jij vertaalt naar drie doelgroepgerichte posts.

Kernboodschap: [voer in]

Doelgroep 1: [bijv. mkb-ondernemer 40–55, praktisch]

Doelgroep 2: [bijv. marketingmanager middelgroot bedrijf]

Doelgroep 3: [bijv. zelfstandige starter 25–35]

Per doelgroep: hook (max. 15 woorden), headline op visual (max. 8 woorden),
captionrichting (2–3 zinnen), aanpassing in beeldtaal indien relevant.

06 Artikel omzetten naar vijf Canva-formats

Gebruik wanneer: je een blogartikel of nieuwsbrief hebt en hier meerdere visuals uit wilt halen.

Je bent mijn contentstrategie voor hergebruik. Ik geef je een tekst. Jij destilleert vijf Canva-formats.

Artikel of samenvatting: [plak tekst of geef samenvatting]

Doelgroep: [beschrijf] Kanaal: [LinkedIn / Instagram / beide]

Per format: (1) Formatnaam en type, (2) Welk deel van het artikel, (3) Headline (max. 8 woorden),
(4) Subline (max. 20 woorden), (5) Captionrichting (2 zinnen).

Zora dat de vijf formats samen een samenhangende contentwaterval vormen.

07 Advertentieconcepten voorbereiden voor Canva

Gebruik wanneer: je een betaalde social-advertentie wilt maken en de inhoud wilt voorbereiden.

Je bent mijn advertentiestrategie. Maak drie advertentieconcepten klaar voor Canva.

Aanbod: [beschrijf product, dienst of actie] Doelgroep: [specifiek beschrijven]

Doel: [naamsbekendheid / klikken / aanvragen] Platform: [LinkedIn / Instagram / Facebook]

Per concept: (1) Invalshoek (probleemoplossend / aspirationeel / sociaal bewijs / urgentie),
(2) Headline (max. 7 woorden), (3) Subline (max. 20 woorden), (4) Visuele richting,
(5) CTA-knoptekst (max. 4 woorden), (6) Caption (max. 3 zinnen).

Geef drie concepten met elk een andere invalshoek.

08 Hook en visual direction combineren

Gebruik wanneer: je een post wilt die meteen aandacht trekt met een sterke openingszin én passende visual.

Je bent mijn hook- en beeldstrategie. Ik geef je een onderwerp. Jij schrijft vijf hooks met visual direction.

Onderwerp: [voer in] Doelgroep: [beschrijf] Toon: [direct / prikkelend / informatief / verrassend]

Per optie: (1) Hook (max. 12 woorden — pakkend, geen clichés), (2) Aansluiting op visual (één zin), (3) Visual direction voor Canva (kleur, element, tekst, stijl), (4) Headline op visual (max. 6 woorden).

Lever vijf opties in verschillende tonen en invalshoeken.

➤ Vijf sterke hook-visual combinaties in verschillende tonen, direct verwerken in Canva.

09 Maandplanning voor Canva-content maken

Gebruik wanneer: je een gestructureerde contentplanning wilt voor één maand.

Je bent mijn contentplanner. Maak een maandplanning van 16 posts (4 per week) voor Canva.

Branche of vakgebied: [beschrijf] Doelgroep: [beschrijf]

Doelen: [naamsbekendheid / vertrouwen / leads] Kanalen: [LinkedIn/Instagram/Facebook] Toon: [beschrijf]

Per post: week + dag, Canva-format, onderwerp of invalshoek, headline (max. 7 woorden), captionrichting (één zin).

Varieer in format, toon en onderwerp. Zorg voor een herkenbare lijn door de maand.

➤ Maandplanning van 16 posts met format, onderwerp en headline — direct bruikbaar als Canva-input.

10 Bestaande content hergebruiken per kanaal

Gebruik wanneer: je een bestaande post wilt hergebruiken voor LinkedIn, Instagram én Facebook.

Je bent mijn contentherdistributeur. Ik geef je bestaande content. Jij maakt drie kanaalgericht versies.

Bestaande content: [plak tekst of geef kernboodschap] Origineel kanaal: [LinkedIn/Instagram/Facebook]

Per kanaal (LinkedIn / Instagram / Facebook):

— Headline op de visual (passend per platform, max. 8 woorden)

— Captionrichting (toon, lengte en stijl afgestemd op het platform)

— Aanbevolen Canva-format

Houd de kernboodschap intact, pas toon en beeldtaal aan per platform.

➤ Drie kanaalgericht uitgewerkte versies van één post, met Canva-formatadvies per platform.

Tip: Kopieer een prompt, pas de variabelen aan op jouw situatie en je bent direct aan de slag. Claude werkt het beste als je specifiek bent over doelgroep, toon en doel.

Van idee tot gepubliceerde visual

Gebruik deze werkwijze als vaste aanpak voor elke contentronde — of het nu één post is of een volledige maandplanning.

01 Kies één onderwerp of campagne

Begin gefocust. Eén onderwerp per Claude-sessie levert scherpere output dan meerdere vragen tegelijk.

02 Laat Claude formats voorstellen

Gebruik prompt 1, 3 of 9 om te bepalen welke contentformats het beste passen bij onderwerp, doelgroep en kanaal.

03 Kies 3 tot 5 formats

Selecteer de formats die aansluiten bij je merkstijl en de Canva-templates in jouw account.

04 Laat Claude teksten en hooks maken

Gebruik prompt 4, 7 of 8 voor concrete teksten: headlines, sublines, hooks, captions en call to actions.

05 Vul je Canva-templates

Kopieer de teksten naar de juiste lagen in Canva. De structuur staat klaar — jij past alleen de inhoud aan.

06 Pas aan op merkstijl

Controleer kleur, typografie en beeldtaal. Claude levert inhoud — visuele identiteit bepaal je zelf in Canva.

07 Plan of publiceer

Export vanuit Canva naar het juiste formaat en plan in via je scheduler of publiceer direct.

Tijdsbesparing: Teams die deze workflow consequent toepassen, brengen de voorbereiding van een contentronde (5–10 posts) terug van 3–4 uur naar 45–90 minuten.

Waar je op moet letten

Claude is een productief hulpmiddel, geen autonoom systeem. Gebruik het verstandig en houd controle over je merkingen.

- **Claude vervangt geen merkgevoel.** De output is een startpunt, geen eindpunt. Jouw positionering en toon moeten herkenbaar blijven in de uiteindelijke visual. Claude kent je merk niet — jij wel.
- **Controleer altijd de tone of voice.** Claude schat de toon goed in als je die specifiek beschrijft. Maar check of teksten echt klinken als jij — of als jouw team. Pas aan waar nodig.
- **Werk niet met te veel formats tegelijk.** Begin met twee of drie formats per contentronde. Consistentie en kwaliteit leveren meer op dan volume.
- **Houd visuals rustig en herkenbaar.** Een herkenbaar visueel systeem werkt beter dan steeds wisselende stijlen. Gebruik Claude voor inhoud — gebruik Canva Brand Kit voor consistentie.
- **Laat belangrijke posts altijd nakijken.** Bij campagnes, aankondigingen of gevoelige onderwerpen: laat een collega meelesen voor publicatie.
- **Gebruik Claude voor structuur en snelheid — niet als vervanging van strategie.** Claude helpt sneller werken binnen een strategie die je al hebt. Gebruik het niet om een ontbrekende strategie te omzeilen.
- **Wees specifiek in je prompts.** Hoe meer context (doelgroep, toon, doel, kanaal), hoe bruikbaar de output. Vage prompts leveren vage resultaten op.

Gouden regel: Claude is zo goed als de context die je hem geeft. Investeer twee minuten in een goede prompt — het levert je tien minuten betere output op.

Sneller en consistentere content maken

Claude en Canva zijn geen vervanging voor creativiteit — ze zijn een infrastructuur om creativiteit sneller tot output te brengen.

Canva heeft de drempel voor visuele communicatie al verlaagd. Je hoeft geen grafisch ontwerper te zijn om professionele visuals te maken. Claude verlaagt nu ook de drempel voor wat er vóór de visual komt: het bepalen van het format, het schrijven van de tekst, het structureren van de boodschap, het maken van varianten.

De combinatie werkt het sterkst voor teams die:

- Consistent willen communiceren zonder constant opnieuw te beginnen
- Meer contentvarianten willen halen uit bestaand werk
- Minder tijd willen besteden aan voorbereiding, meer aan kwaliteitscontrole
- Campagnes beter willen vertalen naar de juiste formats per kanaal

*"Canva maakt ontwerpen makkelijk.
Claude helpt je om sneller te weten wat je moet maken."*

De tien prompts in dit document zijn een startpunt. Pas ze aan op jouw situatie, doelgroep en merkstijl — en bouw vandaar verder.

Wil je AI praktisch inzetten in je contentworkflow?

Spendima helpt bedrijven om AI slim, veilig en concreet toe te passen — afgestemd op jouw team, tools en werkprocessen. Geen hype, gewoon concrete stappen die werken.

→ spendima.nl