

# AI schrijft jouw marketingrapport

Leer hoe je AI inzet om wekelijkse marketingrapporten sneller, consistent en effectiever op te stellen.

Elke week terugkerende marketingrapporten kosten marketingteams aanzienlijk veel tijd. Data verzamelen, inzichten formuleren, grafieken duiden en conclusies trekken – het zijn taken die zich...

---

Spendima | AI Kennisbank

## 01 Introductie

---

Elke week terugkerende marketingrapporten kosten marketingteams aanzienlijk veel tijd. Data verzamelen, inzichten formuleren, grafieken duiden en conclusies trekken – het zijn taken die zich herhalen, maar toch elke keer opnieuw handmatige aandacht vragen. Voor veel professionals voelt dit als noodzakelijk maar weinig strategisch werk.

AI-tools veranderen dat. Door de juiste structuur en prompts te combineren met beschikbare data, kun je het schrijfproces van een wekelijks marketingrapport grotendeels automatiseren. Niet als vervanging van jouw inzicht, maar als verlengstuk ervan. Je houdt de regie, AI neemt het tijdrovende schrijf- en formateerwerk over.

## 02 Het probleem: rapportage kost te veel tijd

---

Wekelijkse marketingrapporten zijn waardevol, maar de manier waarop ze doorgaans worden samengesteld is inefficiënt. Dezelfde handelingen worden keer op keer herhaald, terwijl de toegevoegde waarde zit in de interpretatie – niet in het kopiëren van cijfers.

- › Data verzamelen uit meerdere bronnen (Google Analytics, social media, e-mailplatforms) kost elke week opnieuw veel tijd
  - › Het omzetten van ruwe cijfers naar leesbare inzichten vraagt schrijfvaardigheid en concentratie die ook elders nodig zijn
  - › Rapporten worden inconsistent opgesteld doordat verschillende teamleden andere formats en toon hanteren
  - › Stakeholders willen snelle, heldere samenvattingen, maar de rapportage loopt vaak achter op de planning
  - › Waardevolle analyse-tijd gaat verloren aan opmaak en herhaalbare beschrijvingen in plaats van strategische duiding
-

## 03 Wat is AI-gestuurde rapportage?

---

AI-gestuurde rapportage betekent dat je een taalmodel zoals ChatGPT, Claude of Gemini inzet als schrijffassistent voor jouw periodieke marketingrapporten. Je geeft het model de ruwe data, een vaste structuur en de juiste instructies. De AI schrijft vervolgens de tekst: samenvattingen, toelichting per kanaal, conclusies en aanbevelingen.

Het model genereert geen data zelf – dat blijft jouw verantwoordelijkheid. Wat het wél doet, is de stap van data naar leesbare tekst versnellen en standaardiseren. Door te werken met een vaste promptstructuur en een rapporttemplate zorg je ervoor dat elk rapport dezelfde kwaliteit en opbouw heeft, ongeacht wie het aanmaakt.

Dit model werkt het best in combinatie met een gestructureerde input: exporteer je data in een leesbaar formaat, voeg context toe over de periode en je doelstellingen, en laat de AI de rest doen. Het resultaat is een concept dat je vervolgens zelf aanscherpt en verstuurt.

## 04 Voor wie is dit interessant?

---

Deze aanpak is direct toepasbaar voor iedereen die regelmatig marketingdata moet rapporteren aan collega's, leidinggevenden of klanten. Zowel kleine teams als grotere marketingafdelingen profiteren ervan.

- › Marketingmanagers: bespaar uren per week op het opstellen van interne weekrapporten en houd meer tijd over voor strategie
  - › Bureaus en freelancers: lever klanten consistente, professioneel geschreven rapportages zonder elke keer opnieuw te beginnen
  - › Content- en social media managers: automatiseer de wekelijkse terugkoppeling over bereik, engagement en prestaties per platform
  - › Groeiende teams: zorg voor een uniforme rapportagestijl en -structuur zonder afhankelijk te zijn van één persoon
-

## 05 Hoe richt je dit praktisch in?

---

Het opzetten van een AI-gedreven rapportageproces kost initieel wat tijd, maar levert daarna elke week tijdwinst op. Volg deze stappen om het proces goed in te richten.

- 1 Stap 1 – Definieer de vaste structuur van jouw rapport: bepaal welke secties altijd terugkomen, zoals overzicht, prestaties per kanaal, opvallende ontwikkelingen en aanbevelingen
  - 2 Stap 2 – Exporteer wekelijks de relevante data uit jouw platformen en zet deze in een leesbaar tekstformaat of tabel, zodat de AI ermee kan werken
  - 3 Stap 3 – Schrijf een masterprompt die de rapportstructuur, toon en context beschrijft en sla deze op als herbruikbare template
  - 4 Stap 4 – Voer de data en de masterprompt in bij jouw AI-tool en laat het model een conceptrapport genereren
  - 5 Stap 5 – Review het concept, voeg jouw eigen strategische interpretatie toe en verstuur het rapport naar de juiste ontvangers
-

## 06 Praktische toepassingen

---

**Wekelijks social media rapport voor een klant** Een bureau exporteert elke maandag de prestaties van alle sociale kanalen naar een spreadsheet. Met een vaste prompt wordt deze data omgezet in een helder klantrapport, inclusief toelichting per platform en concrete aanbevelingen voor de komende week. De accountmanager controleert het concept en verstuurt het binnen het uur.

**Intern marketingweekrapport voor een e-commercebedrijf** Het marketingteam verzamelt elke vrijdag data over websiteverkeer, conversies en e-mailprestaties. Een AI-prompt combineert deze cijfers tot een bondige samenvatting voor de directie. Dezelfde prompt wordt elke week hergebruikt, waardoor rapporten altijd dezelfde opbouw en toon hebben.

**Campagne-evaluatie na een lancering** Na afloop van een productlancering worden de campagneresultaten van meerdere kanalen samengevoegd. De AI schrijft een evaluatierapport met een overzicht van wat werkte, wat niet werkte en welke aanbevelingen gelden voor de volgende campagne. Dit bespaart de campagnemanager twee tot drie uur schrijfwerk.

**Maandelijks SEO-rapportage voor meerdere klanten** Een digitaal bureau beheert de SEO voor tien klanten. Door een gestandaardiseerde prompt te combineren met de maandelijks data per klant, genereert het team per klant een rapportconcept in enkele minuten. De tekstuele analyse hoeft niet elke keer opnieuw geschreven te worden – alleen de cijfers en specifieke observaties worden aangepast.

## 07 Voorbeeldprompts

---

Gebruik deze prompts als startpunt en pas ze aan op jouw specifieke situatie, toon en rapportagestructuur.

- › Wekelijks rapport – Schrijf een wekelijks marketingrapport op basis van de onderstaande data. Gebruik een professionele maar toegankelijke toon. Structureer het rapport met: samenvatting, prestaties per kanaal, opvallende ontwikkelingen en drie concrete aanbevelingen voor volgende week. [data invoegen]
  - › Wekelijks rapport – Analyseer de onderstaande marketingcijfers van week [X] en vergelijk deze met de vorige week. Beschrijf de belangrijkste stijgingen en dalingen en geef een verklaring waar mogelijk. [data invoegen]
  - › Campagne-evaluatie – Schrijf een evaluatierapport voor de campagne [naam]. Bespreek de behaalde resultaten ten opzichte van de doelstellingen, benoem wat goed werkte, wat tegenviel en geef aanbevelingen voor een volgende vergelijkbare campagne. [data invoegen]
  - › Campagne-evaluatie – Vat de onderstaande campagneresultaten samen in maximaal één A4. De doelgroep is de directie: schrijf bondig, cijfermatig onderbouwd en eindig met een heldere conclusie. [data invoegen]
  - › Klantenrapportage – Stel een maandrapport op voor klant [naam] op basis van de onderstaande SEO-data. Schrijf in een heldere, niet-technische taal. Leg uit wat de cijfers betekenen en geef drie prioriteiten voor de komende maand. [data invoegen]
-

## 08 Waar moet je op letten?

---

AI maakt het schrijfproces sneller, maar neemt jouw verantwoordelijkheid voor de inhoud niet over. Er zijn een aantal aandachtspunten die je in acht moet nemen bij het inzetten van AI voor rapportage.

- › Datakwaliteit is bepalend: AI schrijft op basis van wat jij aanlevert – onjuiste of incomplete data leidt direct tot onjuiste rapportages, dus controleer altijd de input
  - › Vertrouwelijkheid van data: voer geen gevoelige klantdata of bedrijfsinformatie in bij publieke AI-tools zonder te controleren of dit in lijn is met jouw privacybeleid en de voorwaarden van de tool
  - › Review blijft noodzakelijk: een AI-concept kan plausibel klinken maar toch onnauwkeurige interpretaties bevatten – laat iemand met domeinkennis altijd het rapport controleren voor verzending
  - › Tone-of-voice bewaken: AI past zich aan op de prompt, maar zonder duidelijke instructies kan de toon afwijken van jouw huisstijl of de verwachting van de ontvanger – geef altijd stijl-instructies mee in je prompt
-

## 09 Conclusie

---

AI inzetten voor wekelijkse marketingrapporten is geen toekomstmuziek – het is een aanpak die nu al werkt en direct tijdwinst oplevert. Door te investeren in een goede promptstructuur en een helder rapportagetemplate, verander je een tijdrovend wekelijks ritueel in een gestroomlijnd proces dat consistent, snel en schaalbaar is.

De strategische waarde van jouw rapportage neemt toe wanneer je minder tijd kwijt bent aan schrijven en meer tijd overhoudt voor analyse en besluitvorming. AI neemt het repetitieve werk over; jij levert de context, de inzichten en de koers.

- ✓ Begin met één rapport en bouw van daaruit een herbruikbare prompttemplate
- ✓ Zorg dat de data die je aanlevert altijd gecontroleerd en volledig is voor je de AI inschakelt
- ✓ Review elk gegenereerd rapport zelf voor verzending – AI ondersteunt, maar jij blijft verantwoordelijk
- ✓ Schaal het proces op zodra het werkt: gebruik dezelfde aanpak voor andere klanten, kanalen of rapportagetypen

---

### Spendima

Spendima helpt bedrijven om AI praktisch en strategisch toe te passen binnen marketing, processen en dagelijkse workflows.

[spendima.nl](https://spendima.nl)