

AI is geen toverstaf

Hoe we bijna de plank missloegen door te snel naar tools te grijpen

Even voorstellen



Nadie Admiraal, senior contentspecialist bij iO.

Tien jaar content in alle contexten: commercieel, e-commerce, crisisorganisaties, overheid en zorg.

Grootste inzicht: door de snelheid van de wereld om ons heen vergeten we soms hoe belangrijk de basis is.

Reden van inzicht: een case uit de praktijk

Zeg eens eerlijk...

Wie start regelmatig een project vanuit een doelstelling?

Denk aan: een nieuw CMS, een AI-tool, een nieuw platform



Praktijkvoorbeeld: een groot ziekenhuis

Praktijkvoorbeeld: een groot ziekenhuis

Hoe kunnen we patiëntcommunicatie efficiënter en gestructureerder maken met een schaalbaar CMS dat content opsplitst in herbruikbare bouwstenen, geschikt voor multichannel publicatie? Het systeem moet geïntegreerd worden met bestaande kanalen, workflows ondersteunen, en toegankelijk zijn voor een diversiteit aan medewerkers. Daarnaast moet het CMS bijdragen aan beter versiebeheer, validatie en kwaliteitsmanagement, en toepasbaar zijn binnen verschillende zorgpaden.

Oplossing

Waarom het zo verleidelijk is om te denken in oplossingen

Hoe hoger de urgentie, hoe groter de neiging om naar technologie te grijpen

- Bij urgentie willen we zichtbare vooruitgang
- Een systeem kopen voelt als vooruitgang

Waarom het zo verleidelijk is om te denken in oplossingen

Hoe hoger de urgentie, hoe groter de neiging om naar technologie te grijpen

- Bij urgentie willen we zichtbare vooruitgang
- Een systeem kopen voelt als vooruitgang

Hoe groter de druk, hoe schadelijker het is om naar een oplossing te kijken vóór je het probleem begrijpt

- Ziekenhuizen, overheidsinstellingen maar bijv. ook banken
- ‘Your money/your life’-content

In een ziekenhuis is content geen marketing, het is een zorginstrument



Patiënten nemen dagelijks beslissingen op basis van wat zij lezen op de website, in folders en op informatieschermen. Die informatie moet kloppen. Altijd.

Maar zonder grip op de content is er geen garantie dat dit het geval is.

Learnings: wat ging goed?



Aanbod

- Aanbod content is enorm uitgebreid en veelomvattend.
- Alle informatie die een patiënt nodig kan hebben is aanwezig.

Learnings: wat ging goed?

Aanbod

- Aanbod content is enorm uitgebreid en veelomvattend.
- Alle informatie die een patiënt nodig kan hebben is aanwezig.

Toegankelijkheid intern

- Medewerkers geven aan te weten bij wie ze terecht kunnen.
- Dat is erg indrukwekkend gezien de omvang van de organisatie.

Learnings: wat ging goed?



Aanbod

- Aanbod content is enorm uitgebreid en veelomvattend.
- Alle informatie die een patiënt nodig kan hebben is aanwezig.



Toegankelijkheid intern

- Medewerkers geven aan te weten bij wie ze terecht kunnen.
- Dat is erg indrukwekkend gezien de omvang van de organisatie.



Kennis en betrokkenheid

- Veel specialistische kennis in huis, zowel vakinhoudelijk als procedures.
- Veel ideeën over verbeteringen en een hoge mate van betrokkenheid.

Het gevolg: overinformatie

Niemand wil iets missen. Iedereen voegt toe. Het probleem is alles behalve gebrek aan inhoud.



Learnings: wat moet beter?



Informatiestroom

- Weinig zicht op totale informatiestroom die een patiënt ontvangt.
- Er komt veel op de patiënten af, maar hoeveel daadwerkelijk is onduidelijk.

Learnings: wat moet beter?

Informatiestroom

- Weinig zicht op totale informatiestroom die een patiënt ontvangt.
- Er komt veel op de patiënten af, maar hoeveel daadwerkelijk is onduidelijk.

Governance

- Resultaat van weinig zicht op informatiestroom, is een beperkte waarborging van consistentie.
- Effectiviteit van content wordt niet gemeten.

De realiteit: niemand heeft het overzicht



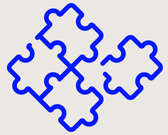
Wat staat waar?

Klopt het nog?



Wie beheert welke pagina?

Wat is het proces voor wijzigingen?



Wie is eindverantwoordelijk?

Hoe weet de patiënt wat juist is?

Praktijkvoorbeeld: een groot ziekenhuis

Hoe kunnen we patiëntcommunicatie efficiënter en gestructureerder maken met een schaalbaar CMS dat content opsplitst in herbruikbare bouwstenen, geschikt voor multichannel publicatie? Het systeem moet geïntegreerd worden met bestaande kanalen, workflows ondersteunen, en toegankelijk zijn voor een diversiteit aan medewerkers. Daarnaast moet het CMS bijdragen aan beter versiebeheer, validatie en kwaliteitsmanagement, en toepasbaar zijn binnen verschillende zorgpaden.

Oplossing

Een puntoplossing lost het probleem van één gedeelte van de customer journey op



Een puntoplossing lost het probleem van één gedeelte van de customer journey op



Eigen beheerder

Elke tool is beheerd door een externe eigenaar heeft eigen bestaande workflows en informatiebeheer.

Sluit andere uit

De tools integreren niet altijd met elkaar en schuiven soms elkaars werk opzij.

Geen overzicht

Niemand heeft de hele reis in beeld. De patiënt valt tussen de stenen.

Maar maakt het overkoepelende probleem van de organisatie groter

Hoe ze ontstaan

- Een team heeft een concreet probleem en een eigen budget
- De snelste route is een eigen tool, pagina of werkwijze
- Niemand kijkt naar het geheel, want dat is niemands taak

Wat ze veroorzaken

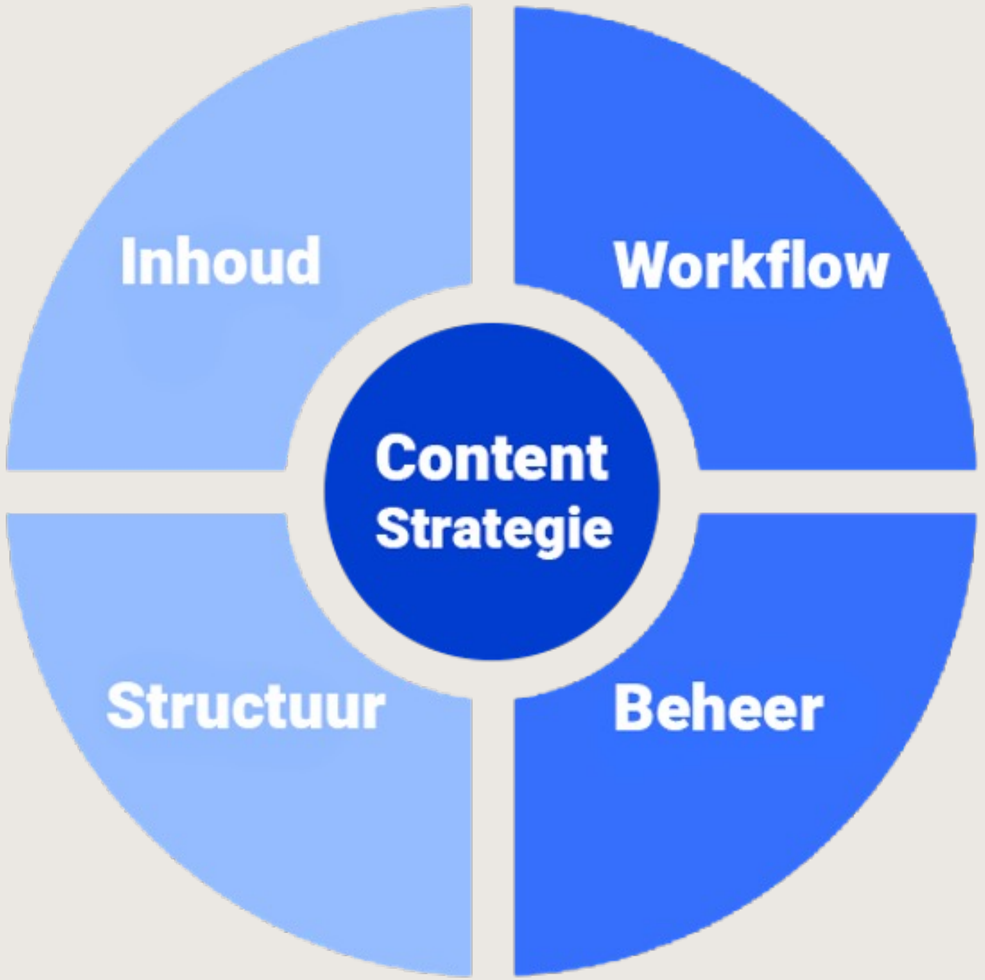
- Dubbele en tegenstrijdige informatie
- Meerdere systemen en werkwijzen naast elkaar
- Geen eigenaar en geen overzicht
- Elke nieuwe oplossing maakt het geheel complexer

Een fancy tool op een rommelig fundament maakt je rommel vooral sneller

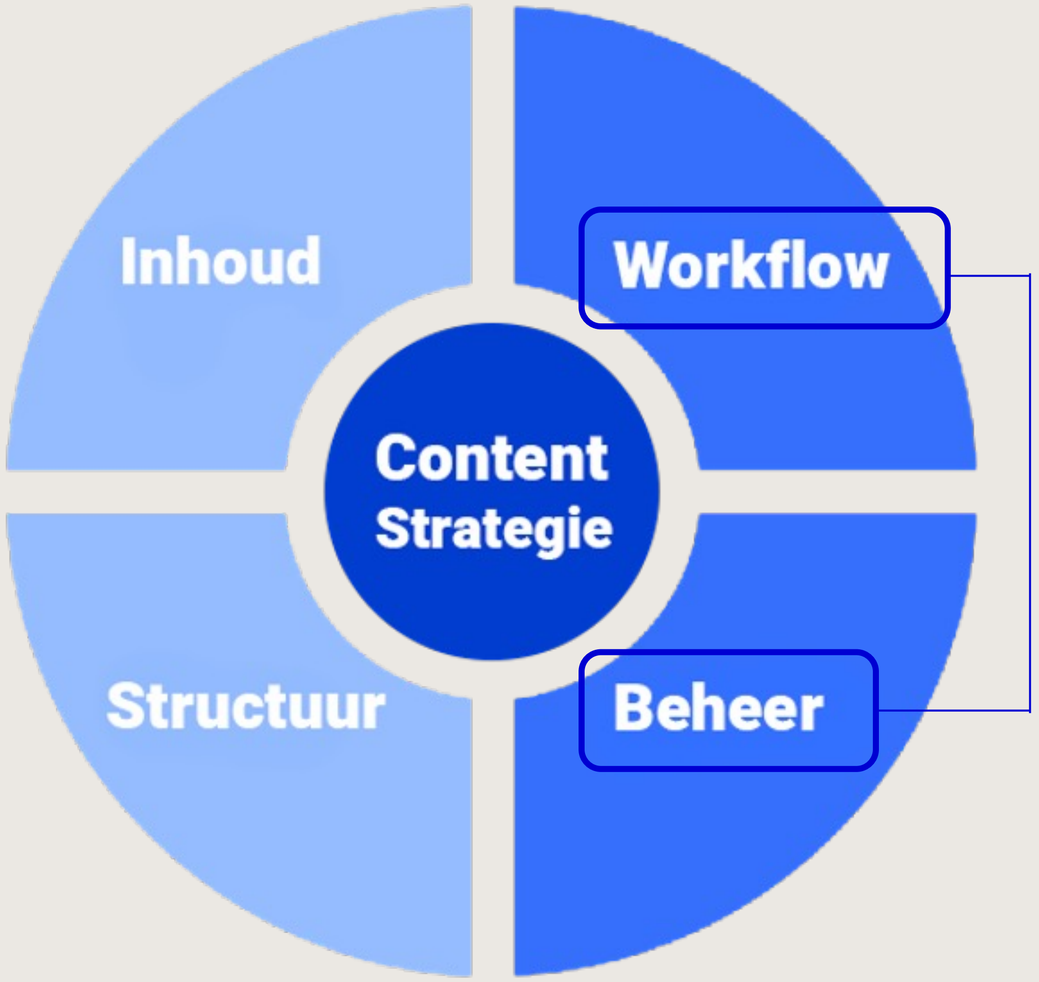
En zonder grip en regie wordt elk nieuw systeem de volgende puntoplossing



Back to school: contentstrategie 101



Voorgestelde focus voor ziekenhuis uit praktijkvoorbeeld



We hebben allereerst de juist setup aan workflow en duidelijk beheer nodig.

Zodat we met grip en vertrouwen de juiste assets kunnen creëren en optimaliseren.

De volgorde maakt het verschil

Duurzame implementatie begint niet bij technologie, maar bij een sterke basis van governance en contentregie.



Terug naar de basis: grip krijgen op je content en werkprocessen

Tijd besparen

Efficiënter en effectiever werken

Kwaliteit verhogen

Stijgende lijn in kwaliteit van de informatie

Standaard processen

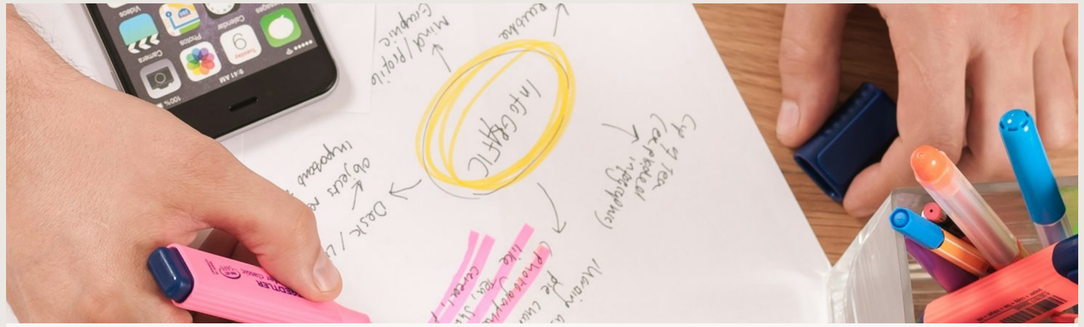
Heldere werkwijze en voorspelbare resultaten

Overzicht

Grip op de informatievoorziening


Hoe zorgen we voor grip?

Stappen voor grip op inhoud en proces



Grip op content

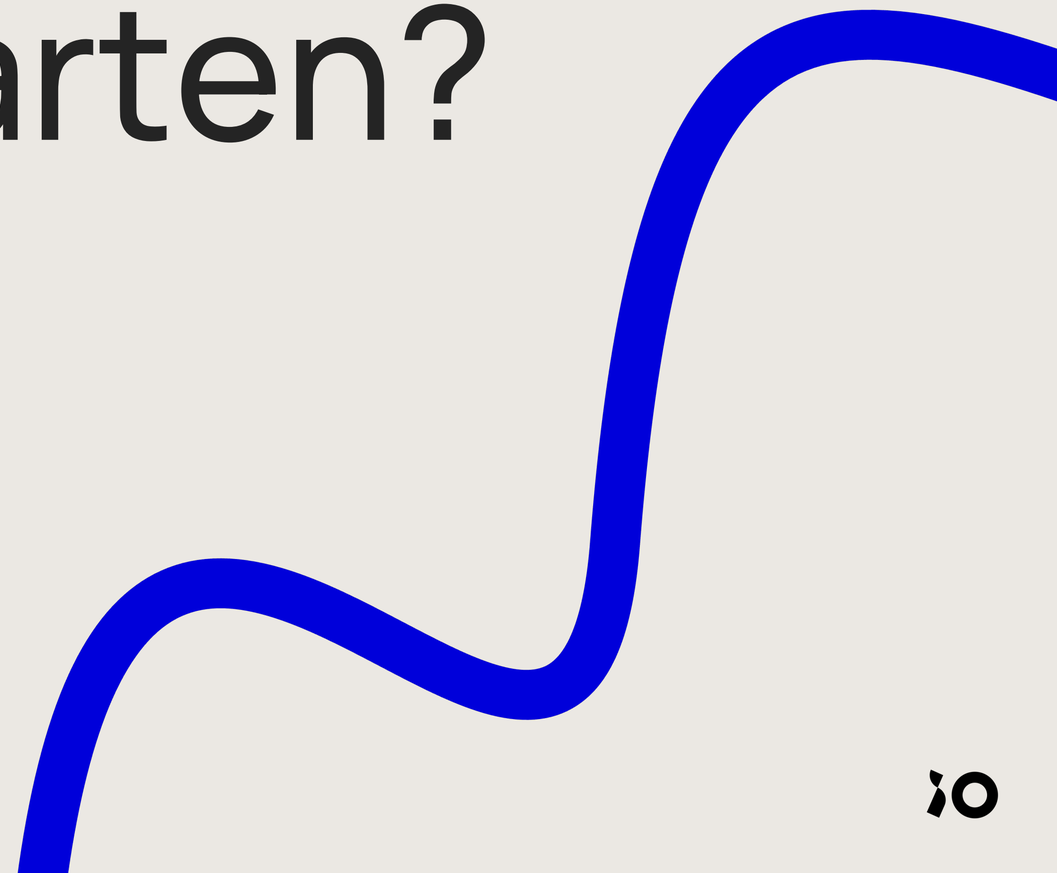
1. Contentaudit & inventarisatie
2. Categorisering & tagging sctructuur
3. Kwaliteitscontrole & review cyclus
4. Levencyclusbeheer van de content



Governance & Workflows

1. Rollen & verantwoordelijkheden
2. Goedkeuringsprocessen definiëren
3. Contentbeleid & richtlijnen opstellen
4. Interne afstemming stakeholders

Morgen starten?



Geen sexy opdracht, wel essentieel

01

Content audit:

Breng ál je content in kaart. Echt alles.

- Hier zijn slimme tools voor, maar echte grip krijg je door zelf de handen uit de mouwen te steken

Geen sexy opdracht, wel essentieel

01

Content audit:

Breng ál je content in kaart. Echt alles.

- Hier zijn slimme tools voor, maar echte grip krijg je door zelf de handen uit de mouwen te steken

02

Workflows:

Hoe verlopen contentwijzigingen of communicatieverzoeken nu? Kijk kritisch naar je huidige workflows.

Geen sexy opdracht, wel essentieel

01 **Content audit:**

Breng ál je content in kaart. Echt alles.

- Hier zijn slimme tools voor, maar echte grip krijg je door zelf de handen uit de mouwen te steken

02 **Workflows:**

Hoe verlopen contentwijzigingen of communicatieverzoeken nu? Kijk kritisch naar je huidige workflows.

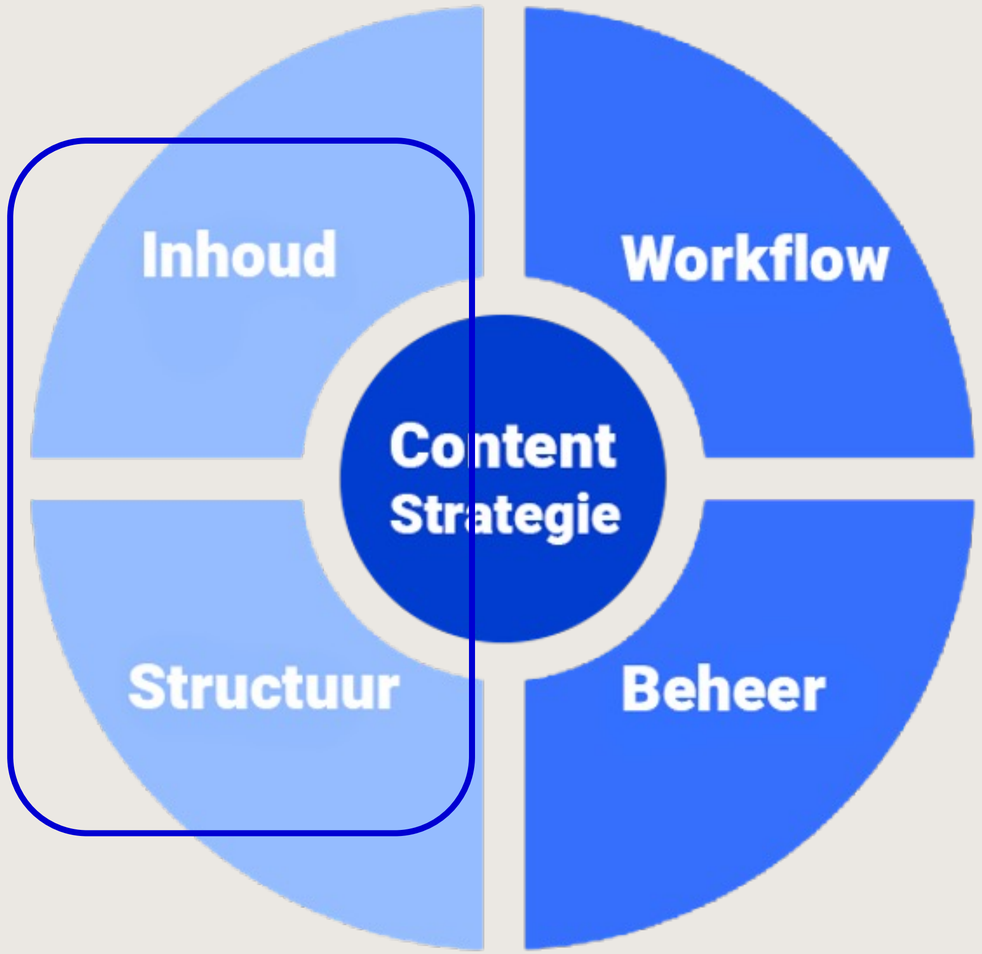
03 **Rollen en verantwoordelijkheden:**

Wie doet wat, wanneer en hoe? Magische term: governance.

En dan?

Focus verschuift naar linker gedeelte van de strategie: inhoud en structuur.

- ❖Wat voor content bieden we aan?
- ❖Via welk kanaal?
- ❖Op welk moment in de customer journey?
- ❖Is dat de juiste keuze?



En dan x2?

Eindelijk aan de slag met de content!

Contentspecialist blij maken?

- Content wasstraat
- Gedegen SEO-/GEO-strategie



“Mogen we dan helemaal
niets doen met AI?”

De ideale roadmap

Fase 1
Grip op proces — governance formaliseren

Fase 2
Grip op inhoud — contentaudit & lifecycle

Fase 3
Technische ondersteuning — processen digitaliseren

Fase 4
Optimalisatie & AI-integratie

Al het goede komt in fases

De ideale roadmap

Fase 1
Grip op proces — governance formaliseren

Fase 2
Grip op inhoud — contentaudit & lifecycle

Fase 3
Technische ondersteuning — processen digitaliseren

Fase 4
Optimalisatie & AI-integratie

Al het goede komt in fases, ook AI!

AI kan content verrijken, vertalen, personaliseren

AI kan geen orde scheppen in een chaos die je zelf nog niet begrijpt.



AI of andere automatisering versterkt dat wat er al is



👍

Is dat solide? Top! Dan wint je organisatie veel.

👎

Is dat rommelig? Dan krijg je meer rommel in minder tijd.



“Op los zand kun je geen huis bouwen”

De meest baanbrekende oplossingen beginnen met een sterk fundament. En vieze handen. Figuurlijk dan.

Nadie Admiraal
nadie.admiraal@iodigital.com

Bedankt!