



Opdrachtenportfolio Bachelorproef AJ 2024-2025

PXL Media & Tourism

Professionele bachelor Toerisme en recreatiemanagement

Inhoudsopgave

1. Introductie	3
2. Opdracht 1: Onderzoekontwerp	4
3. Opdracht 2: Literatuuronderzoek	6
4. Opdracht 3: Presentatie literatuuronderzoek aan studenten en lectoren BP	21
5. Opdracht 4: Onderzoeksmethodiek.....	22
6. Opdracht 5: Resultaten eigen onderzoek.....	26
7. Opdracht 6: Indienen product/antwoord onderzoeksvraag	42

1. Introductie

Voor je Bachelorproef dien je een aantal opdrachten te maken die gekoppeld zijn aan onderzoekend handelen en projectmatig werken.

De deadline voor deze opdrachten is divers en verschilt per opdracht, maar zie de individuele opdrachten voor tussentijdse deadline. De opdrachten dienen opgeladen te worden in de map 'Opdrachtenportfolio' in de Blackboardcursus 'Bachelorproef'. Jouw opdrachtenportfolio telt mee voor 50% van de evaluatie van het opleidingsonderdeel Bachelorproef.

Bij het beoordelen van jouw opdrachtenportfolio wordt er rekening gehouden met verschillende criteria, gekoppeld aan de eindcompetenties van de opleiding en onderzoekend handelen.

Je vindt de volledige evaluatiematrix in de Blackboardcursus 'Bachelorproef' in de map 'Evaluatie'.

De evaluatie van de bachelorproef is als volgt samengesteld:

- Portfolio: 50%
- Product met kritische reflectie + presentatie product en interview: 50%

2. Opdracht 1: Onderzoekontwerp

Deadline: 18 oktober 2024

Naam student:	Maartje Kerfs
Voorlopige werktitel bachelorproef	Het efficiënt inzetten van AI-modellen in Visit Limburg voor B2B- en B2C-communicatie
Korte beschrijving van het onderwerp van de bachelorproef Waarover gaat jouw bachelorproef? Wat is de aanleiding? Wat is jouw bedoeling? Waar wil je uitkomen?	Het gebruik van artificiële intelligentie in de toeristische sector is een relatief nieuw gegeven, waarmee nog niet iedereen vertrouwd is. Visit Limburg ervaart het specifieke probleem dat werknemers AI-modellen te vaak moeten bijsturen, wat tijdsintensief is. Dit komt doordat de ingevoerde prompts niet leiden tot het gewenste resultaat. Mijn doel is het gebruik van AI voor de werknemers van Visit Limburg te vergemakkelijken. Hiervoor zal ik een AI-handleiding ontwikkelen die beschrijft welke modellen op welke manier kunnen worden ingezet voor zowel B2B- als B2C-communicatie. Het uiteindelijke product kan een video, een Canva-document of een andere vorm zijn, wat nog wordt bepaald zoals besproken tijdens de Teams-meeting.
Motivatie voor de onderwerpkeuze Hoe ben je tot deze keuze gekomen? Wat heb je al gedaan om deze projectfiche te kunnen maken?	Tijdens mijn sollicitatie vroeg ik of de werknemers van Visit Limburg een specifiek probleem hadden dat ik zou kunnen onderzoeken. Mijn voorkeur ging uit naar een project waarbij ik met AI kan werken, omdat dit een opkomende trend is die momenteel nog weinig wordt toegepast in de toeristische sector. Voor het opstellen van deze projectfiche heb ik een Teams-overleg gehad met Anouk Dewinter (verantwoordelijke (expert) externe partner) en Christel Maenen (promotor binnen de PXL). Daarnaast ontvang ik regelmatig feedback bij peer-2-peersessies.
Bijdrage aan de sector Hoe kan jouw bachelorproef een bijdrage leveren aan de toeristische sector? Op welk probleem gaat je onderzoek in?	De handleiding die ik ga ontwikkelen is specifiek gericht op Visit Limburg, maar ook andere toeristische bedrijven kunnen er voordeel uit halen. Mijn onderzoek zal helpen inzicht te krijgen in de uitdagingen rond het gebruik van AI, met name bij het opstellen van effectieve prompts. Deze opgedane kennis kan vervolgens worden gebruikt om workshops of lessen te geven.
Procesplanning Wat zal je precies beschrijven / onderzoeken / ontwikkelen? Hoe denk je dat aan te pakken (zowel wat methode als wat timing betreft)?	<u>Procesplanning: Algemeen</u> - Probleemstelling opzetten. - Literatuuronderzoek en deskresearch uitvoeren.

Waar verwacht je moeilijkheden?	- Basis van literatuuronderzoek gebruiken voor eigen onderzoek. - Bepalen van eigen onderzoeksmethode. - Onderzoek uitvoeren. - Resultaten analyseren. - Oplossing op basis van resultatenanalyse en literatuuronderzoek formuleren. Hoe artificiële intelligentie kan worden ingezet voor B2B- en B2C-communicatie zal ik onderzoeken door middel van deskresearch en literatuuronderzoek. Vervolgens organiseer ik interviews met experts in prompt engineering binnen de toerimesector en communicatiespecialisten. Dit zal resulteren in een handleiding voor het opstellen van prompts. De grootste uitdaging verwacht ik bij het literatuuronderzoek. Zijn er voldoende bronnen beschikbaar om dit probleem grondig te onderzoeken? Wat betreft de planning, is het belangrijk om Anouk Dewinter op de hoogte te houden van eventuele nieuwe deadlines. Het is ook handig om tussentijdse feedback te vragen aan Christel Maenen.
Informatie Welke concrete informatie / kennis denk je nodig te hebben? Geef een lijst met enkele relevante bronnen (studies) waar je vaktechnische informatie (en/of gelijkaardige productontwikkelingen) kan vinden.	Ten eerste is het belangrijk om te begrijpen wat AI is, hoe het is ontstaan, welke verschillende modellen er bestaan en wat de voor- en nadelen van elke tool zijn. Daarnaast wordt de term "prompting" verder onderzocht: Wat houdt het in? Welke uitdagingen komen hierbij kijken? Tot slot analyseer ik de huidige rol van AI in communicatie, met een nadruk op sociale media. Perplexity kan als hulp ingeschakeld worden. Enkele relevante bronnen: * (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) * (Mouhriz, 2024) * (Vladimirovich, 2020)

GO / NO GO

3. Opdracht 2: Literatuuronderzoek

Deadline: 6 december 2024

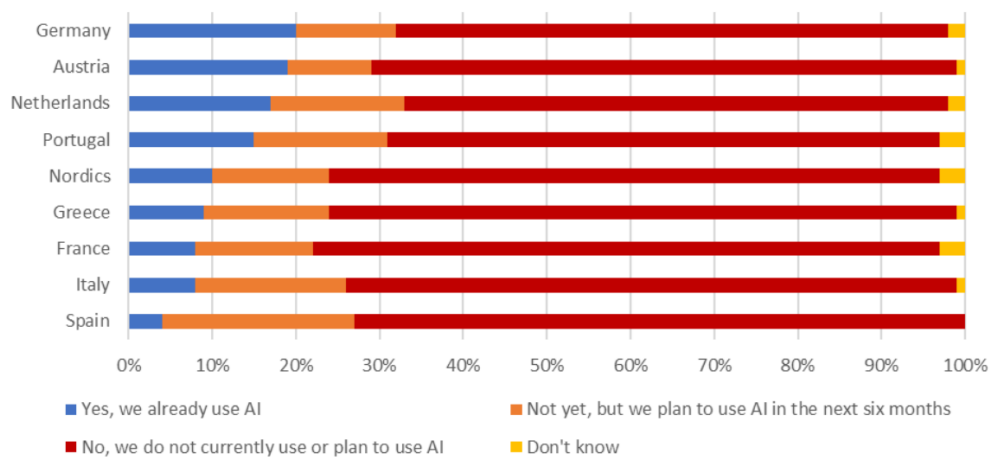
Je voegt hier het rapport van je literatuuronderzoek in. Dit rapport bedraagt max. 10 pagina's. Je maakt hierbij gebruik van minimum 5 internationale studies en geeft een kritische analyse van de bestaande kennis over je onderwerp. (Evaluatie: zie evaluatiefiche op Blackboard). Je start met de probleemstelling en de hieruit volgende onderzoeksvragen van het onderzoek.

22 /25

1. Probleemstelling

Artificiële intelligentie is een opkomende trend in de toeristische sector, waar nog niet iedereen vertrouwd mee is. Zo blijkt uit figuur 1 dat AI weinig werd gebruikt in de Europese accommodatiesector in 2023. Toch investeren toerismebedrijven in deze technologieën wegens concurrentievoordeel en nieuwe mogelijkheden. Voorbeelden hiervan zijn het verbeteren van klantbeleving en klantenservice, het optimaliseren van marketingstrategieën en het efficiënt genereren van content (Della Porta, 2023). Op dit laatste onderdeel gaat dit onderzoek dieper in.

Use of AI by accommodation businesses in Europe, by country (% of respondents, Aug 2023)



Figuur 1: Gebruik van AI door de Europese accommodatiesector (Della Porta, 2023)

Visit Limburg is een toeristische organisatie die verantwoordelijk is voor de promotie en ontwikkeling van het toerisme in de provincie Limburg. Afdelingen zoals Communicatie en Productontwikkeling spelen hierbij een belangrijke rol. De organisatie is actief op socialemediaplatforms zoals Facebook, Instagram, TikTok en X. Daarnaast biedt de website informatie over activiteiten, accommodaties en de provincie Limburg (Visit Limburg, 2024).

Een belangrijk initiatief is Toerisme Werkt, dat de samenwerking tussen ondernemers, bedrijven en overheden binnen de toeristische sector versterkt. Bovendien is Visit Limburg uitgegroeid tot een

partnerorganisatie die stakeholders informeert over nieuwe trends, ontwikkelingen, cijfers en evoluties, zoals het Green Key-label (Toerisme Werkt, 2024).

Ook Visit Limburg wenst artificiële intelligentie in te zetten, maar werknemers ondervinden concrete problemen bij het genereren van content voor communicatie. AI-tools moeten regelmatig worden bijgestuurd, omdat ingevoerde prompts niet altijd leiden tot de gewenste resultaten, wat tijdrovend is.

Het doel van dit onderzoek is om het gebruik van AI te vereenvoudigen. Dit zal resulteren in een handleiding die uitlegt welke AI-modellen op welke manier efficiënt ingezet kunnen worden voor B2B- en B2C-communicatie. De opgedane kennis kan ook andere toeristische bedrijven ten goede komen.

De focus ligt op het creëren van duidelijke prompts om de gewenste output te verkrijgen. De hoofdvraag “Op welke manier kan AI efficiënt ingezet worden voor B2B- en B2C-communicatie?” wordt beantwoord aan de hand van meerdere deelvragen. De deelvraag “Wat is artificiële intelligentie?” biedt inzicht in de betekenis, de opkomst en het bestaande aanbod van AI. Verder behandelt het onderzoek de vraag: “Welke elementen dragen bij tot een goede prompt?” om te begrijpen hoe de gewenste output verkregen kan worden en welke uitdagingen hierbij komen kijken. Tot slot wordt de deelvraag “In hoeverre wordt artificiële intelligentie momenteel toegepast voor B2B- en B2C-communicatie?” beantwoord om een duidelijk beeld te krijgen van de huidige gebruiksmogelijkheden, met een nadruk op sociale media.

2. Artificiële intelligentie

De website Zendesk (Zendesk, 2024) vermeldt dat ChatGPT een veelgebruikt AI-model is vanwege de sterke gespreksvaardigheden, het aanpassingsvermogen in verschillende situaties en de vaardigheid om natuurlijke taal te begrijpen. Dit hoofdstuk behandelt zowel de betekenis van artificiële intelligentie, de opkomst ervan als de verschillen tussen de meest gebruikte tools.

2.1 Betekenis van artificiële intelligentie

Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) schrijven dat AI, of artificiële intelligentie, verwijst naar een computersysteem dat menselijke activiteiten kan uitvoeren, zoals denken en leren. Dit zijn eigenschappen die voorheen enkel voor mensen mogelijk waren. Mouhriz (Mouhriz, 2024) bevestigt dat machines tegenwoordig taken uitvoeren die normaal menselijke intelligentie vereisen. Daarnaast geeft deze auteur andere AI-vaardigheden dan Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024), zoals probleemoplossend denken, waarnemen, taalbegrip en besluitvorming. Ook Uppal (Uppal, 2023) haalt aan dat kunstmatige intelligentie een simulatie van menselijke intelligentie is.

Een eerste type AI is volgens Wisbey et al. (Wisbey, Foster, & Carew, 2024) regelgebaseerde systemen. Dit is een basistype, waarbij personen vooraf regels en logica geven aan een tool om beslissingen te nemen en problemen op te lossen. Het voert alleen de geprogrammeerde functies uit, waardoor de mogelijkheden beperkt zijn.

Daarnaast maken andere AI-systemen gebruik van machine learning, schrijft Uppal (Uppal, 2023). Hierdoor leren AI-modellen gegevens te verwerken om prestaties te verbeteren. Wisbey et al. (Wisbey, Foster, & Carew, 2024) voegen toe dat de AI-tool zelfstandig bijleert en gegevens

analyseert, zonder dat een mens die logica ingeeft. Ook Mouhriz (Mouhriz, 2024) bespreekt deze term. Computers leren van data en zijn in staat om beslissingen te maken op basis van deze gegevens. De AI-tool kan dus patronen herkennen en zo prestaties verbeteren.

Zoals eerder vermeld, haalt Uppal (Uppal, 2023) aan dat taalbegrip een van de vaardigheden is van kunstmatige intelligentie. Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) leggen dit uit aan de hand van de term NLP. Dit staat voor natural language processing of in het Nederlands natuurlijke taalverwerking. NLP verwerkt de menselijke taal om communicatie met kunstmatige intelligentie te realiseren. Lemeš (Lemeš, 2024) voegt toe dat AI verschillende talen begrijpt dankzij de verdere ontwikkeling van NLP en machine learning. Modellen zoals ChatGPT, Microsoft Copilot en Gemini zijn grote taalmodellen - large language models - die zinnen met meerdere talen, kunnen verwerken. Ook begrijpen deze modellen woorden met typefouten. Large language models zijn in staat om deze taalfouten te herkennen en te verbeteren.

2.2 Opkomst van AI

Verma (Verma, 2024) schrijft dat de theoretische oorsprong van artificiële intelligentie in de jaren 40 ontstond. Alan Turing, een wiskundige, kreeg het idee om machines te ontwerpen die menselijke intelligentie kunnen nabootsen. Turing noemde dit concept een “Universele Machine”, later bekend als de “Turing Machine”. Zowel Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) als Verma (Verma, 2024) vermelden dat de geboorte van AI plaatsvond in 1956 tijdens een conferentie aan het Dartmouth College in de Verenigde Staten, waar onderzoekers samenkwamen om de mogelijkheden van AI te bespreken. Een van de eerste ontwikkelde AI-systemen waren de “Logic Theorist” en de “General Problem Solver”, die in staat waren om complexe problemen op te lossen. Mouhriz (Mouhriz, 2024) haalt aan dat prompt engineering – het ingeven van prompts – ook ontstond bij deze vroege AI-modellen. De commando’s waren toen nog beperkt, net als de interactie met het model.

Voor al in de jaren 2000 werd artificiële intelligentie populairder, dankzij machine learning en big data, schrijven zowel Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) als Verma (Verma, 2024). Daarnaast voegt Verma (Verma, 2024) toe dat er in 2017 een doorbraak was in NLP of Natural Language Processing. Modellen zoals ChatGPT en BERT zijn goedontwikkelde modellen voor tekstbegrip en tekstgeneratie. Ook spraakgestuurde assistenten, zoals Siri, en aanbevelingssystemen, waaronder Netflix, ontstonden in deze periode. Daarnaast merkten Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) op dat de afgelopen jaren discussies over AI opdoken in de media, omdat het creatieve banen zoals webdesign, copywriting en mediaproductie verstoort. Ook Bilbao et al. (Bilbao, et al., 2024) bespreken de mogelijkheid dat artificiële intelligentie creatieve banen vervangt, wat een lokaal en wereldwijd probleem vormt. Freelancers moeten concurreren met de snelheid en lagere kosten van AI, vooral in landen waar het inkomen laag is en arbeid goedkoop. De softwaretool Canva vormt ook een uitdaging voor freelancers, omdat gebruikers snel en efficiënt creatieve content kunnen maken. Daarnaast roept AI vragen op over betrouwbaarheid en authenticiteit. Er lopen verschillende rechtszaken over AI, waarbij chatbots worden beschuldigd van het nabootsen van de stijl van bepaalde kunstenaars bij het genereren van afbeeldingen. Schrijvers verwijten OpenAI dat ChatGPT wordt getraind op basis van auteursrechtelijk beschermd materiaal zonder toestemming. Toch beweren enkele voorstanders dat AI innovatief genoeg is om geen inbreuk te maken op auteursrechten. Een bijkomende uitdaging is dat wetgeving vaak achterblijft bij de snelle technologische ontwikkelingen, waardoor het moeilijk is om de regels up-to-date te houden.

2.3 Verschillen tussen AI-modellen

Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) heeft websites met recensies over AI-tools geraadpleegd om een rangschikking op te stellen van de meest gewaardeerde chatbots in 2024. De top 3 bestaat uit ChatGPT op de eerste plaats, gevolgd door Gemini – dat voorheen Google Bard heette – en Copilot.

ChatGPT

OpenAI heeft het model ChatGPT ontworpen, schrijft Mouhriz (Mouhriz, 2024). Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) vermeldt dat ChatGPT bestaat uit twee modellen: OpenAI GPT-3.5 en GPT-4. Het verschil is dat het laatste model getraind is op een grotere dataset, waardoor het nauwkeurigere antwoorden genereert. Daarnaast onthoudt GPT-4 eerdere gespreksonderwerpen, die de gebruiker kan raadplegen aan de linkerkant van het scherm. Het is mogelijk om tussen verschillende gesprekken te schakelen en conversaties te delen met anderen. Volgens Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) is ChatGPT geschikt voor meerdere prestatiedoeleinden. Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) concretiseren dit en halen aan dat deze tool vragen kan beantwoorden, content creëren, onderzoek uitvoeren en geschikt is voor het maken van geschreven content. Mouhriz (Mouhriz, 2024) noemt nog concretere voorbeelden en haalt aan dat deze tool blogs en artikelen schrijft, evenals verhalen en poëzie.

Gemini AI

Volgens de recensies die Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) onderzocht, is Gemini een geschikt alternatief voor ChatGPT. Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) halen dan ook dezelfde vaardigheden aan die hierboven vermeld staan, waaronder het beantwoorden van vragen en het creëren van content. Toch voegt Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) toe dat Gemini beter geschikt is voor creatieve prompts, omdat het model sterker presteert bij creatieve en artistieke toepassingen, en geen allround model is zoals ChatGPT. Ook schrijft deze auteur dat Gemini werkt met Google PaLM 2, Google's nieuwste grote taalmodel. Gemini maakt verbinding met het internet om automatisch correcte bronnen aan de gebruiker te leveren. Daarnaast biedt deze tool drie alternatieven voor elke output, zodat de gebruiker telkens de meest gewenste reactie kan kiezen. Verder blijkt uit de reviews die Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) onderzocht, dat Gemini meer conversatiegericht aanvoelt dan ChatGPT, dat eerder tekstgeoriënteerd is.

Copilot

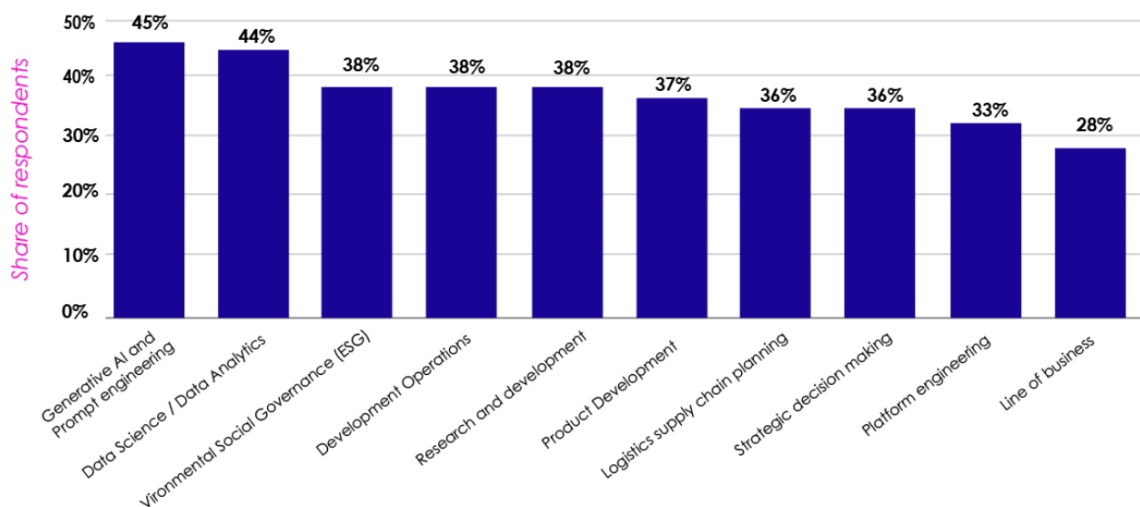
Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) schrijft dat Copilot geschikt is voor online zoekopdrachten, omdat het model automatisch links naar gebruikte bronnen geeft zonder dat de gebruiker erom hoeft te vragen in een prompt. Daarnaast haalt deze auteur aan dat Copilot, net als ChatGPT, gebruikmaakt van DALL-E-modellen voor het genereren van creatieve afbeeldingen. Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) voegen toe dat DALL-E afbeeldingen maakt op basis van opties die de gebruiker in de prompt noteert. Ook kan dit model een achtergrond creëren of bewerken.

2.4 Conclusie

Zoals zowel Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024), Mouhriz (Mouhriz, 2024) als Uppal (Uppal, 2023) benadrukken, voert kunstmatige intelligentie menselijke taken uit, waaronder het genereren van teksten. AI is een handig hulpmiddel voor Visit Limburg, omdat het nauwkeurigere antwoorden geeft dankzij machine learning en NLP (Verma, 2024). De werknemers kunnen vrijwel altijd terugvallen op de tool ChatGPT, omdat het veelzijdig is en volgens de rangschikking van Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) de meest gewaardeerde chatbot van 2024 is. Daarnaast is Gemini een geschikt alternatief van ChatGPT, met meer focus op creatieve prompts. Zowel Gemini als Copilot geven automatisch bronnen weer, wat het eenvoudiger maakt om desinformatie na te gaan (Stefanowicz, 2024). Ook kan voor sociale mediacontent DALL-E gebruikt worden om creatieve afbeeldingen te genereren of te bewerken (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024). Zowel ChatGPT als Copilot maken gebruik van deze tool en zullen afbeeldingen die door DALL-E gegenereerd zijn als output leveren (Stefanowicz, 2024).

3. Prompting

Het invoeren van prompts kent heel wat uitdagingen. Hale (Hale, 2024) bewijst dit met figuur 2 doordat 45% van de respondenten, bestaande uit verschillende bedrijfssectoren, aangeeft dat generatieve AI en prompt engineering vaardigheden zijn die werknemers willen verbeteren.



Figuur 2: Zakelijke gebieden met de grootste behoefte aan AI-vaardigheden in de komende 12 maanden vanaf 2023 (Hale, 2024)

3.1 Betekenis van prompting

Volgens KU Leuven (KU Leuven, 2024) betekent prompting het geven van specifieke instructies of informatie aan een AI-systeem om een gewenst resultaat te verkrijgen. Dit proces wordt ook prompt engineering genoemd. Mouhriz (Mouhriz, 2024) bevestigt dit en vermeldt dat concrete vragen, uitspraken en instructies de chatbot sturen om relevante en nauwkeurige antwoorden te genereren.

Bij recentere AI-modellen is het ook mogelijk om foto's en audio als input te gebruiken (MIT Sloan Teaching & Learning Technologies, 2024). Chang et al. (Chang, Xu, Wang, & Luo, 2024) onderscheiden twee soorten prompts: soft prompts en hard prompts. Hard prompts zijn instructies die een gebruiker in een taal naar keuze aan een AI-model geeft, wat het mogelijk maakt om met de chatbot te communiceren alsof het een echt persoon is. Dit type prompt wordt het meest gebruikt, omdat het eenvoudiger is dan een soft prompt. Bij soft prompts worden namelijk reeksen getallen en codes ingevoerd. Hoewel deze methode efficiënter is, is deze te ingewikkeld voor gebruikers zonder programmeerkennis. Dit hoofdstuk behandelt dus het efficiënt opstellen van hard prompts.

Chacko (Chacko, 2023) maakt een genuanceerd onderscheid in AI prompts, bestaande uit zeven types. Onderstaande lijst geeft het type prompt weer met een korte uitleg.

- **Creatieve prompts:** Deze ontwikkelen boeiende content, zoals teksten, afbeeldingen en muziek, afgestemd op de doelgroep.
- **Informatieve prompts:** Deze prompts halen details uit big data om de gebruiker relevante informatie te geven.
- **Redeneerprompts:** Dit type helpt bij het trekken van conclusies over een onderwerp.
- **Lijstvormige prompts (listicles):** Deze input creëert lijsten en opsommingen.
- **Instructieve prompts:** Dit helpt bij het opstellen van instructies.
- **Interactieve prompts:** Deze prompts genereren interactieve scenario's, zoals een gesimuleerd sollicitatiegesprek.
- **Trefwoordprompts (keywords):** Deze worden gebruikt om snel inzicht te krijgen in een bepaald onderwerp.

3.2 Uitdagingen bij prompting

Chang et al. (Chang, Xu, Wang, & Luo, 2024) schrijven dat artificiële intelligentie een breed scala aan taken kan uitvoeren, waardoor gebruikers prompts steeds gedetailleerder moeten opstellen. Het gebruik van meerdere voorbeelden leidt tot betere resultaten, maar een nadeel is dat de input hierdoor lang en complex wordt. Hale (Hale, 2024) vermeldt dat te veel context en voorbeelden niet alleen verwarrend zijn voor de gebruiker, maar ook tot misinterpretatie door de chatbot kunnen leiden. In dat geval legt het model de nadruk op minder relevante informatie of maakt het fouten. Mouhriz (Mouhriz, 2024) merkt op dat naast context ook vakjargon tot verwarring kan leiden bij kunstmatige intelligentie.

Deze alinea is voornamelijk gebaseerd op fouten die Hale (Hale, 2024) opmerkte in de output van chatbots. Een veelvoorkomend probleem is het ontvangen van irrelevante informatie, vaak veroorzaakt doordat de gebruiker een te vage prompt heeft ingevoerd. Ook Mouhriz (Mouhriz, 2024) en Kowalczyk (Kowalczyk, 2023) merkten deze moeilijkheid op. Verder hebben AI-modellen soms moeite met het uitvoeren van stapsgewijze, complexe taken. Indien het model over een bepaald onderdeel niet genoeg informatie vindt, slaat het die stap over. Een andere fout in de output is de verkeerde tone of voice. Vooral bij een specifieke schrijfstijl, zoals formele zakelijke communicatie of vriendelijke klantenserviceberichten, komt dit voor. Daarnaast treedt *hallucinatie* regelmatig op: de chatbot fabriceert zelf onjuiste informatie of er is sprake van bias. Valchanov (Valchanov, 2024) voegt toe dat één van de oorzaken fouten of onvolledigheid in de trainingsdata is. Een andere mogelijkheid

die leidt tot het verzinnen van foutieve informatie is *prompt bias*. In dit geval heeft de gebruiker de vraag zo opgesteld dat de AI-tool in de richting wordt gestuurd naar hallucinatie. Tot slot schrijft Hale (Hale, 2024) dat prompt-engineering zelden uit één prompt bestaat. Vaak levert de eerste vraag niet het gewenste resultaat op, waardoor meerdere instructies nodig zijn om de output te verfijnen. Dit is vooral bij complexe taken tijdrovend.

3.3 Opbouw van een effectieve prompt

Een correct opgestelde prompt leidt tot een betere output, daarom is het belangrijk om zorgvuldig de input op te stellen. Dit onderdeel behandelt zowel oplossingen voor de problemen die hierboven werden besproken als andere tips.

Irrelevante informatie vermijden

Mouhriz (Mouhriz, 2024) beschrijft een goede prompt met drie sleutelwoorden: context, duidelijkheid en specificiteit. Hiermee bedoelt de auteur dat de gebruiker de situatie moet kaderen, gestructureerd dient te werken en best noodzakelijke details kan geven. Zowel KU Leuven (KU Leuven, 2024), Kowalczyk (Kowalczyk, 2023) als Chacko (Chacko, 2023) bevestigen deze tips en vermelden dat een prompt niet vaag mag zijn om nauwkeurige en relevante informatie te ontvangen. Zoals Hale (Hale, 2024) aanhaalt, leidt te veel context tot misinterpretatie en benadrukt de chatbot irrelevante informatie. Het is dus belangrijk om een balans te vinden tussen essentiële elementen en bijzaken tijdens het ingeven van een prompt. Een andere tip die KU Leuven (KU Leuven, 2024) deelt, is het gebruik van volzinnen in plaats van trefwoorden om zo duidelijk mogelijk te zijn. De trefwoordprompts van Chacko (Chacko, 2023) dienen dus vermeden te worden.

Het overslaan van stappen

Wanneer een instructie te complex is, slaat de chatbot bepaalde stappen over. CoT-prompting of Chain of Thought-prompting helpt dit probleem aan te pakken, volgens Hale (Hale, 2024). Kirkovska (Kirkovska, 2024) schrijft dat deze methode een vraag in kleinere stukken verdeelt, waardoor de AI de ingevoerde prompt stapsgewijs oplost. Dit gebeurt door het model een paar voorbeelden te tonen waarin een redenering stap voor stap is uitgewerkt. Daarna wordt verwacht dat het model dit "gedachtenpatroon" volgt om tot het juiste antwoord te komen.

Verkeerde tone of voice

Een verkeerde tone of voice is een veelvoorkomend probleem, ook bij Visit Limburg. KU Leuven (KU Leuven, 2024) en Chacko (Chacko, 2023) schrijven dat het belangrijk is om het doelpubliek te omschrijven, zodat het AI-model weet welke stijl het moet hanteren. Mouhriz (Mouhriz, 2024) vermeldt dat voorbeelden kunnen helpen om de gewenste stijl beter te begrijpen, zeker voor creatieve taken. Visit Limburg kan voor het schrijven van een persbericht eerdere voorbeelden geven aan de AI-tool, zodat de tone of voice overeenkomt met de verwachtingen. Hale (Hale, 2024) geeft aan dat de opdrachtgever het AI-model een rol of persona kan geven, zoals "een professionele bedrijfsadviseur" om teksten te schrijven of verbeteren.

Bias en hallucinatie

Kowalczyk (Kowalczyk, 2023) legt uit dat de gebruiker kan aangeven dat bias vermeden moet worden. Als de AI toch vooroordelen vertoont, dienen gebruikers het gedrag van deze tool te corrigeren. De opdrachtgever kan in een prompt de chatbot erop wijzen dat de output niet gebaseerd mag zijn op stereotypen en vooroordelen. Valchanov (Valchanov, 2024) schrijft dat twee

elementen essentieel zijn om hallucinatie te vermijden: het doel en de context. De gebruiker dient in de prompt een duidelijk vraagwoord te vermelden met specifieke werkwoorden als opdracht, zoals schrijf, vertaal, of vat samen. Ook context is nodig om correcte informatie te ontvangen. Hiermee bedoelt de auteur het geven van voldoende details, alsof de gebruiker voor de eerste keer een onderwerp aan iemand introduceert.

De chatbot bijsturen

Mouhriz (Mouhriz, 2024) schrijft dat de opdrachtgever de prompt verder kan verfijnen indien de output nog niet het gewenste resultaat is. Ook KU Leuven (KU Leuven, 2024) haalt aan dat het bijsturen van een chatbot normaal is, want het schrijven van prompts is een interactief proces. Het voordeel is dat de gebruiker de prompt verder kan specificeren en niet alles opnieuw hoeft te herhalen nadat het AI-model het antwoord heeft gegenereerd. Hale (Hale, 2024) geeft zelfs de tip om dit proces te omarmen. Na de eerste output te beoordelen, kan de gebruiker de prompt verbeteren op basis van duidelijkheid, specificiteit en formaat.

Lengte van de tekst (output)

Zowel Chacko (Chacko, 2023) als Mouhriz (Mouhriz, 2024) vermelden dat open vragen leiden tot een lange tekst, terwijl gesloten vragen een specifiek en bondig antwoord genereren. Daarnaast schrijft KU Leuven (KU Leuven, 2024) dat de lengte meer aan de verwachtingen voldoet indien de gebruiker aangeeft welke lengte en structuur deze wil. Chacko (Chacko, 2023) raadt aan om aan te geven hoeveel woorden de tekst moet bevatten. Tot slot haalt Kowalczyk (Kowalczyk, 2023) aan dat accolades en hoekige haken de chatbot helpen om specifieke delen van de prompt te onderscheiden. Een voorbeeld hiervan is:

Vertaal naar het Engels: {{Deze zomer waren er 2 miljoen overnachtingen in Limburg}}.

In dit geval krijgt de opdrachtgever enkel de vertaalde zin terug, zonder overbodige informatie.

Geen goed antwoord op de ingegeven vraag

KU Leuven (KU Leuven, 2024) schrijft dat het handig is om zelf vragen te stellen aan het AI-model om erachter te komen of deze genoeg informatie heeft over het onderwerp. De volgende prompt helpt hierbij: 'From now on, I want you to ask me questions to [perform a specific task]. When you have enough information to [perform the task], create [desired output].'

3.4 Conclusie

Volgens KU Leuven (KU Leuven, 2024) betekent prompt engineering het geven van specifieke instructies aan AI om de gewenste output te verkrijgen. Deze instructies kunnen bestaan uit tekst, foto's en audio (MIT Sloan Teaching & Learning Technologies, 2024). Voor werknemers van Visit Limburg zijn enkel hard prompts van toepassing, omdat deze prompts uit natuurlijke taal bestaan in plaats van reeksen getallen of codes (Chang, Xu, Wang, & Luo, 2024).

Om relevante antwoorden te verkrijgen, is het raadzaam de trefwoordopdrachten van Chacko (Chacko, 2023) te vermijden. Creatieve prompts kunnen daarentegen teksten voor het Gastmagazine en socialemidiacontent genereren. In een B2B-context helpen deze opdrachten bij het maken van marketingmaterialen. Ook is het nuttig deze creatieve instructies te combineren met informatieve prompts om relevante zakelijke informatie te ontvangen, of met redeneerprompts om conclusies te

trekken over zakelijke onderwerpen. Dit zorgt ervoor dat de communicatie niet alleen creatief is, maar ook inhoudelijk sterk en relevant voor de zakelijke doelgroep.

Gebruikers moeten steeds gedetailleerdere prompts opstellen, aangezien artificiële intelligentie een breed scala aan taken kan uitvoeren, volgens Chang et al. (Chang, Xu, Wang, & Luo, 2024). Een concreet probleem bij Visit Limburg is dat de tool ChatGPT soms over Nederlands Limburg schrijft in plaats van Belgisch Limburg. In dit geval is het belangrijk om voldoende context te geven. Verschillende auteurs, waaronder Mouhriz (Mouhriz, 2024), KU Leuven (KU Leuven, 2024), Kowalczyk (Kowalczyk, 2023) en Chacko (Chacko, 2023) bevestigen het belang van context bij het opstellen van een goede prompt.

4. Artificiële Intelligentie en communicatie

Morral (Morral, 2024) schrijft dat vrijwel elke B2B-marketeer AI gebruikt voor contentcreatie, waarbij sociale media het favoriete kanaal zijn om deze content te promoten. Dit onderdeel behandelt het gebruik van AI op socialemediaplatformen. Daarnaast bespreekt dit hoofdstuk een concreet voorbeeld van TUI, waar AI wordt toegepast in de werkomgeving. Tot slot bevat het laatste onderdeel geschikte AI-toepassingen voor zowel B2B- als B2C-communicatie. Later in dit onderzoek komen meer concrete voorbeelden van relevante tools aan bod.

4.1 De rol van AI in sociale media

Mahto en Rajavikram (Mahto & Rajavikram, 2024) benadrukken dat AI de prestaties en gebruikerservaringen in communicatienetwerken verbetert door gegevens te verwerken en te analyseren. Dit wordt mede mogelijk gemaakt door cloud computing, dat de benodigde verwerkingskracht biedt voor AI-modellen. Voorbeelden hiervan zijn modellen die gebruikmaken van natuurlijke taalverwerking (NLP) en gepersonaliseerde aanbevelingssystemen, zoals chatbots.

Daarnaast beschrijven Mahto en Rajavikram (Mahto & Rajavikram, 2024) hoe AI machine learning gebruikt om relevante content en advertenties op sociale media te tonen. Door de interesses, het gedrag en de interacties van gebruikers te analyseren, beveelt AI betere advertenties en content aan, wat leidt tot grotere gebruikersbetrokkenheid. Sentimentanalyse speelt hierbij een belangrijke rol, waarbij AI berichten en opmerkingen onderzoekt om emoties en attitudes te begrijpen. Aggarwal en Singhal (Aggarwal & Singhal, 2024) voegen daaraan toe dat artificiële intelligentie een cruciale rol speelt in contentdistributie. Door de juiste content op het juiste moment en in het juiste formaat aan te bevelen, verbetert de betrokkenheid van het publiek. Bovendien identificeert AI trends op basis van eerdere interacties en kan het vergelijkbare inhoud voorstellen, volgens Mahto en Rajavikram (Mahto & Rajavikram, 2024). Dit helpt bedrijven bij het verbeteren van gepersonaliseerde contentaanbevelingen en marketingstrategieën. Aggarwal en Singhal (Aggarwal & Singhal, 2024) bevestigen dat trends worden vastgesteld na automatische analyse van consumentengedrag.

AI en socialemediaplatforms

Aggarwal en Singhal (Aggarwal & Singhal, 2024) beschrijven de rol van AI op sociale media. Platforms zoals Facebook, Instagram, LinkedIn en Pinterest gebruiken artificiële intelligentie voor content-aggregatie, wat betekent dat inhoud op één plaats wordt getoond. Daarnaast schrijven AI-tools

advertenties en richten deze op de juiste doelgroep door demografische gegevens te verwerken, wat essentieel is voor adverteren op sociale media. Verder ondersteunt AI socialemediamarketing door bedrijven te onderscheiden van concurrenten. Organisaties kunnen dankzij artificiële intelligentie potentiële klanten beter begrijpen en een sterkere band opbouwen. Dit staat bekend als *social artificial intelligence*. Tot slot biedt AI inzichten door content van andere bedrijven te evalueren en suggesties te geven over wat het bedrijf kan posten.

Automatisering en efficiëntie door AI

Automatisering is een andere toepassing van AI in sociale media, schrijven Aggarwal en Singhal (Aggarwal & Singhal, 2024). Hierdoor kunnen bedrijven productiever werken. Artificiële intelligentie helpt bij taken zoals planningen maken, het opnieuw publiceren van content en het bijhouden van statistieken. Ook het bedrijf TUI maakt hiervan gebruik, wat wordt besproken in het volgende onderdeel.

Concrete voorbeelden van AI en sociale media

Dankzij AI herkent Facebook gezichten, stelt het vrienden voor en toont het advertenties die relevant zijn voor de doelgroep van de gebruiker, schrijven Aggarwal en Singhal (Aggarwal & Singhal, 2024). Dit wordt mogelijk gemaakt door machine learning, zoals Mahto en Rajavikram (Mahto & Rajavikram, 2024) eerder vermeldden. Ook Instagram gebruikt artificiële intelligentie om afbeeldingen en visuals te bepalen die op de startpagina verschijnen. Dit is gebaseerd op de accounts die de gebruiker volgt en de content die is geliket. Verder helpt AI het platform LinkedIn om vacatures en inhoud voor te stellen die gerelateerd zijn aan de interesses van de gebruiker. Daarnaast toont Pinterest gepersonaliseerde content en kunnen gebruikers foto's maken om gerelateerde items te zoeken in plaats van trefwoorden te typen. Vanwege de gepersonaliseerde aanpak kopen gebruikers producten via dit kanaal. West (West, 2024) bevestigt dit en schrijft dat Pinterestgebruikers twee keer zoveel spenderen als op andere socialemediakanalen. Duurdere producten en activiteiten kunnen via dit kanaal worden aangeboden.

4.2 TUI als best practice

Rapp (Rapp, 2024) illustreert een concreet voorbeeld van het gebruik van generatieve AI in een werkomgeving, namelijk bij het bedrijf TUI. Via het platform TUI AI Assistant Store zijn meer dan 400 AI-assistenten beschikbaar om het dagelijkse werk eenvoudiger te maken. Deze assistenten voeren uiteenlopende taken uit, zoals het analyseren van Excel-spreadsheets, het schrijven van hotelbeschrijvingen en het opstellen van persoonlijke doelen voor interne loopbaanplanning. Werknemers kunnen daardoor meer aandacht besteden aan belangrijke verantwoordelijkheden, zoals klantinteracties. Een groot voordeel van deze tool is de gebruiksvriendelijkheid, omdat geen IT-expertise nodig is. Daarnaast biedt het platform een hoge mate van veiligheid voor zowel persoonlijke als bedrijfsgegevens. Zo halen Bilbao et al. (Bilbao, et al., 2024) aan dat privacy een terugkerende zorg is.

Verder is het mogelijk als werknemer om een eigen AI-assistent te ontwerpen, deze te delen met collega's of bestaande modellen te gebruiken. De AI-tools voeren taken uit wanneer voldoende context beschikbaar is, zoals tekstdocumenten, presentaties of schema's. De basis van de assistenten

is GenAI, met veilige toegang tot het platform via Amazon Bedrock. Daarnaast kunnen de assistenten worden verrijkt met relevante bedrijfsgegevens om prestaties te verbeteren.

4.3 Toepassing voor B2B-communicatie

Copy.ai is een geschikte AI-tool voor B2B-communicatie. Het genereert automatisch persberichten op basis van documenten, wat aanzienlijke tijd bespaart. Daarnaast zorgt het ervoor dat persberichten nauwkeurig, consistent en afgestemd zijn op het merk en de doelgroep (Copy.ai, sd). Een andere functie van Copy.ai is volgens Coleman (Coleman, 2024) het ondersteunen bij het schrijven van onderzoeken. Het kan concepten genereren, helpen met proeflezen en bijdragen aan de opmaak van documenten.

4.4 Toepassing voor B2C-communicatie

Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) schrijven dat Jasper een geschikte tool is voor werknemers die veel materiaal nodig hebben. Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) haalt aan dat dit model verschillende soorten content creëert, waaronder blogpost, e-mails, rapporten en YouTube-videoscripts. Het is mogelijk om vanuit een bestaand sjabloon te werken of een nieuw ontwerp te starten. Ook Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) benadrukken dat het aanbod aan sjablonen groot is. Daarnaast maakt Jasper gebruik van NLP om teksten te genereren, controleren en analyseren op plagiaat. Verder kan deze tool teksten samenvatten en vervolgartikelen voorstellen. Ook voegen Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) toe dat Jasper geschikt is om bronnen te vinden en onderzoek te doen. Lynch (Lynch, 2024) haalt aan dat Jasper een specifieke tool heeft voor B2C-communicatie, Jasper AI Image Suite. Het vereenvoudigt het werk van marketingteams om eenvoudiger en sneller grote aantallen afbeeldingen van hoge kwaliteit te maken en te bewerken. Dit bespaart tijd bij campagnes, zoals het updaten van productbeschrijvingen en visuals, want aanpassingen hoeven niet meer handmatig te gebeuren. Bovendien houdt Jasper rekening met de richtlijnen van het merk, zodat alle content consistent blijft.

Ook kan Google Earth gebruikt worden om toeristische routes, waaronder wandel- en fietsroutes, te ontwikkelen en voor te stellen aan consumenten (Google, 2024). Google Earth is volgens Martindale (Martindale, 2024) een GIS - geografisch informatiepunt - dat gegevens verzamelt, opslaat, analyseert en vervolgens aan de gebruiker presenteert. Dit systeem koppelt gegevens vaak aan specifieke geografische locaties, wat het mogelijk maakt om deze informatie visueel weer te geven op kaarten. Hierdoor krijgen gebruikers een gedetailleerd en inzichtelijk overzicht van ruimtelijke gegevens, waardoor complexe informatie eenvoudig toegankelijk wordt.

4.5 Conclusie

Aggarwal en Singhal (Aggarwal & Singhal, 2024) beschrijven dat AI meerdere taken op sociale media ondersteunt, zoals marketing, adverteren, inzichten bieden en het automatiseren van tijdrovende activiteiten. Mahto en Rajavikram (Mahto & Rajavikram, 2024) benadrukken dat AI socialemediagebruikers analyseert om relevante advertenties en content te tonen. Volgens West (West, 2024) geven Pinterestgebruikers twee keer zoveel geld uit op dit platform in vergelijking met andere kanalen. Visit Limburg kan voor B2C-communicatie de duurdere activiteiten en logies op dit

kanaal posten. Rapp (Rapp, 2024) toont daarnaast aan dat artificiële intelligentie de werkomgeving productiever maakt bij TUI. AI-assistenten kunnen voor Visit Limburg onder andere Excel-spreadsheets analyseren en hotels en activiteiten beschrijven.

Wat betreft de tools, kan Visit Limburg Copy.ai inzetten om zowel persberichten als onderzoeksrapporten te ondersteunen bij het schrijven (Copy.ai, sd) (Coleman, 2024). Voor B2C-communicatie is Jasper AI Image Suite een geschikte tool. Hiermee kunnen werknemers onder andere socialemediaposts creëren, waarbij Jasper zowel de caption als de afbeelding genereert (Lynch, 2024). Een andere mogelijkheid is het gebruik van een GIS. Met behulp van Google Earth kunnen werknemers fiets- en wandelroutes opstellen en aan consumenten tonen (Google, 2024) (Martindale, 2024).

5. Algemene conclusie

Uit het literatuuronderzoek blijkt dat AI een geschikt hulpmiddel is voor het genereren van content en het verbeteren van communicatiestrategieën. Alafnan et al. (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) leggen uit dat AI, of artificiële intelligentie, een computersysteem is dat menselijke activiteiten kan uitvoeren, zoals denken en leren. Er bestaan drie types van artificiële intelligentie: regelgebaseerde systemen, machine learning en NLP (Alafnan, Dishari, & Mohdzuki, 2024) (Uppal, 2023) (Wisbey, Foster, & Carew, 2024). Volgens Stefanowicz (Stefanowicz, 2024) is ChatGPT een veelzijdige tool die kan helpen met verschillende opdrachten, terwijl Gemini nauwkeuriger is in het genereren van creatieve content. Deze laatste tool kan Visit Limburg gebruiken voor teksten in het Gastmagazine of socialemediaposts.

Prompting betekent volgens KU Leuven (KU Leuven, 2024) het geven van specifieke instructies of informatie aan een AI-systeem om een gewenst resultaat te verkrijgen. Mouhriz (Mouhriz, 2024) noemt dit prompt engineering. Hale (Hale, 2024) somt meerdere moeilijkheden van prompting op, waarvan het geven van te weinig context een voorbeeld is. Bovendien zullen werknemers van Visit Limburg enkel gebruik maken van hard prompts, die bestaan uit een instructie in een taal naar keuze in plaats van codes (Chang, Xu, Wang, & Luo, 2024). Chacko (Chacko, 2023) onderscheidt verschillende typen prompts. De organisatie Visit Limburg komt voornamelijk in aanmerking met creatieve prompts om teksten, posts en afbeeldingen te genereren. Ook helpen informatieve prompts en redeneerprompts bij het optimaliseren van de inhoud.

Zowel Mahto en Rajavikram (Mahto & Rajavikram, 2024) als Aggarwal en Singhal (Aggarwal & Singhal, 2024) tonen aan dat artificiële intelligentie een belangrijke rol speelt op socialemediaplatformen door middel van machine learning. AI analyseert socialemediagebruikers om onder andere efficiënter te adverteren en marketing te voeren. Daarnaast illustreert Rapp (Rapp, 2024) dat TUI AI-assistenten gebruikt om dagelijkse taken te automatiseren, zoals het analyseren van Excel-spreadsheets en het maken van planningen. Virtuele assistenten kunnen Visit Limburg ondersteunen bij routinetaken, zodat werknemers meer tijd kunnen besteden aan belangrijkere verantwoordelijkheden, zoals het organiseren van evenementen en het schrijven aan het Gastmagazine.

Tot slot blijkt dat er weinig bronnen bestaan over artificiële intelligentie en communicatie, omdat het een recent gegeven is. Meer onderzoek naar dit onderwerp is nodig om bedrijven te ondersteunen bij het efficiënt inzetten van AI voor communicatie op sociale media en andere kanalen.

6. Bibliografie

- Aggarwal, S., & Singhal, G. (2024). *Artificial Intelligence (AI) in Social Media: Current Perceptions and Future Outlook*. Opgeroepen op 14 december, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/381194068_Artificial_Intelligence_AI_in_Social_Media_Current_Perceptions_and_Future_Outlook
- Alafnan, M. A., Dishari, S., & Mohdzuki, S. F. (2024). *Developing Soft Skills in the Artificial Intelligence Era: Communication, Business Writing, and Composition Skills*. Opgeroepen op 9 oktober, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/379836813_Developing_Soft_Skills_in_the_Artificial_Intelligence_Era_Communication_Business_Writing_and_Composition_Skills
- Bilbao, S., Moruzzi, C., Osborne, N., Terras, M., Black, S., & Zeller, F. (2024). *The Future of Creativity and AI: Views from the Scottish Creative Industries. A Report from Creative Informatics*. Opgeroepen op 8 december, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/380760645_The_Future_of_Creativity_and_AI_Views_from_the_Scottish_Creative_Industries_A_Report_from_Creative_Informatics
- Chacko, A. (2023, 31 oktober). *How to use AI writing prompts to get the best out of your AI tools*. Opgeroepen op 6 november, 2024, van SproutSocial: <https://sproutsocial.com/insights/ai-prompt/>
- Chang, K., Xu, S., Wang, C., & Luo, Y. (2024). *Efficient Prompting Methods for Large Language Models: A Survey*. Opgeroepen op 6 november, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/384375881_Efficient_Prompting_Methods_for_Large_Language_Models_A_Survey
- Coleman, K. (2024, 1 oktober). *How to Enhance Research Output with AI*. Opgeroepen op 24 november, 2024, van Copy.ai: <https://www.copy.ai/guides/how-to-enhance-research-output-with-ai>
- Copy.ai. (sd). *Repurpose documents into press releases*. Opgeroepen op 24 november, 2024, van Copy.ai: <https://www.copy.ai/workflows/press-release-generation>
- Della Porta, M. R. (2023). *The role of Artificial Intelligence in the tourism sector*. Opgeroepen op 6 november, 2024, van Prometheus Network: <https://www.prometheusnetwork.eu/blog/the-role-of-artificial-intelligence-in-the-tourism-sector/>
- Google. (2024). *Een kaart of verhaal maken in Google Earth Web*. Opgeroepen op 24 november, 2024, van Google: https://www.google.com/intl/nl_ALL/earth/outreach/learn/create-a-map-or-story-in-google-earth-web/
- Hale, M. (2024, 24 oktober). *Top Prompt Engineering Challenges and Their Solutions?* Opgeroepen op 6 november, 2024, van GSDC Council: <https://www.gsdccouncil.org/blogs/top-prompt-engineering-challenges-and-their-solutions>
- Kirkovska, A. (2024, 11 september). *Chain of Thought Prompting (CoT): Everything you need to know*. Opgehaald van Vellum: <https://www.vellum.ai/blog/chain-of-thought-prompting-cot-everything-you-need-to-know>

- Kowalczyk. (2023, 4 september). *A Step-by-step Guide to Prompt Engineering: Best Practices, Challenges, and Examples*. Opgeroepen op 6 november, 2024, van Lakera: <https://www.lakera.ai/blog/prompt-engineering-guide>
- KU Leuven. (2024, 10 oktober). *Guiding AI with prompting*. Opgeroepen op 6 november, 2024, van KU Leuven: <https://www.kuleuven.be/english/genai/guiding-ai-with-prompting>
- Lemeš, S. (2024). *Prompt Engineering*. Opgeroepen op 20 november, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/384632137_Prompt_Engineering
- Lynch, L. (2024, 19 september). *Announcing the Jasper AI Image Suite*. Opgeroepen op 24 november, 2024, van Jasper: <https://www.jasper.ai/blog/announcing-ai-image-suite>
- Mahto, M. K., & Rajavikram, G. (2024). *Fundamentals of AI and communication networks*. Opgeroepen op 14 december, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/385391588_Fundamentals_of_AI_and_communication_networks
- Martindale, J. (2024, 31 juli). *Mapping and Geographic Information Systems (GIS) : What is GIS?* Opgeroepen op 24 november, 2024, van University of Wisconsin-Madison Libraries: <https://researchguides.library.wisc.edu/GIS>
- MIT Sloan Teaching & Learning Technologies. (2024). *Effective Prompts for AI: The Essentials*. Opgeroepen op 6 november, 2024, van MIT Sloan Teaching & Learning Technologies: <https://mitsloanedtech.mit.edu/ai/basics/effective-prompts/>
- Morral, T. (2024, 9 oktober). *Introducing The Future of B2B Content 2024: Navigating the AI Era*. Opgeroepen op 24 november, 2024, van Walker Sands: <https://www.walkersands.com/about/blog/introducing-the-future-of-b2b-content-2024-navigating-the-ai-era/>
- Mouhriz, S. (2024). *Mastering Prompt Engineering: A Guide to Effective AI Interaction*. Opgeroepen op 9 oktober, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/383920503_Mastering_Prompt_Engineering_A_Guide_to_Effective_AI_Interaction
- Rapp, C. (2024, 22 november). *TUI lets employees build their personal AI assistants*. Opgeroepen op 8 december, 2024, van LinkedIn: <https://www.tuigroup.com/en-en/media/press-releases/2024/2024-11-22-tui-lets-employees-build-their-personal-ai-assistants>
- Stefanowicz, B. (2024, 11 oktober). *22 Best AI Chatbots for 2024 (ChatGPT & Alternatives)*. Opgeroepen op 24 november, 2024, van Tidio: <https://www.tidio.com/blog/ai-chatbot/>
- Toerisme Werkt. (2024). *Toerisme Werkt - B2B*. Opgeroepen op 14 december, 2024, van Toerisme Werkt: <https://www.toerismewerkt.be/>
- Uppal, K. (2023, 6 november). *The Rise of AI: A Comprehensive Overview*. Opgeroepen op 20 november, 2024, van Savvy CFO: <https://www.savvy-cfo.cpa/current-matters/the-rise-of-ai-a-comprehensive-overview>
- Valchanov, I. (2024, 6 augustus). *Understanding the AI Hallucination Phenomenon*. Opgeroepen op 24 november, 2024, van Team-GPT: <https://team-gpt.com/blog/ai-hallucination/>

- Verma, M. (2024). *Evolution of Artificial Intelligence by Prompt Science Analysis*. Opgeroepen op 20 november, 2024, van ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/384256403_Evolution_of_Artificial_Intelligence_by_Prompt_Science_Analysis
- Visit Limburg. (2024). *Alle toeristische info voor je trip naar Limburg*. Opgeroepen op 14 december, 2024, van Visit Limburg: https://www.visitlimburg.be/nl?gad_source=1
- Vladimirovich, K. M. (2020, 30 september). Future Marketing in B2B segment: integrating artificial intelligence into sales management. *International Journal of Innovative Technologies in Economy - Scientific Edition*, pp. 14-21.
doi:https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30092020/7149
- West, C. (2024, 27 maart). *24 must-know Pinterest stats for marketers in 2024*. Opgeroepen op 14 december, 2024, van SproutSocial: <https://sproutsocial.com/insights/pinterest-statistics/#stats>
- Wisbey, O., Foster, E., & Carew, J. M. (2024, 12 juni). *Choosing between a rule-based vs. machine learning system*. Opgeroepen op 23 november, 2024, van TechTarget: <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/feature/How-to-choose-between-a-rules-based-vs-machine-learning-system>
- Zendesk. (2024, 8 november). *Een guide voor de 21 beste AI-chatbots*. Opgeroepen op 20 november, 2024, van Zendesk: <https://www.zendesk.nl/service/messaging/chatbot/>

4. Opdracht 3: Presentatie literatuuronderzoek aan studenten en lectoren BP

Deadline: 10 januari 2025

Je maakt een presentatie van het theoretisch kader van het onderwerp en geeft een aanzet voor je onderzoeksmethodiek. Je kiest zelf in welke vorm je presenteert, maar ondersteunt dit visueel.

GO / NO GO

5. Opdracht 4: Onderzoeksmethodiek

Deadline: 7 februari 2025

Je beschrijft hier je eigen onderzoek, meer bepaald verantwoord je het eigen gevoerde onderzoek: welke methodiek, verantwoording keuze onderzoeksmethodiek, toepassing van de onderzoeksmethodiek, zodat jouw onderzoek herhaalbaar is. Je past na het literatuuronderzoek minimum 1 kwalitatief of kwantitatief onderzoek toe. Zie ook formulier evaluatie op Blackboard.

5 /5

Onderzoeksmethodiek

Na de bevindingen van het literatuuronderzoek blijkt dat er momenteel weinig bronnen bestaan over artificiële intelligentie en B2B- en B2C-communicatie. Zoals vermeld in de algemene conclusie is meer onderzoek naar dit onderwerp nodig om bedrijven te ondersteunen bij het efficiënt inzetten van AI voor communicatie op sociale media en andere kanalen. Dit onderzoek gaat verder in op dit probleem.

1.1 Type onderzoek

Om dit onderzoek voort te zetten, zullen diepte-interviews worden afgenomen. Een diepte-interview is een kwalitatieve onderzoeksmethode die ervaringen, meningen, motivaties en kennis van respondenten verzamelt. De verkregen informatie is dieper en gedetailleerder dan de bevindingen uit kwantitatief onderzoek. Interviews vinden één-op-één plaats met open vragen die leiden tot uitgebreide antwoorden. Het is belangrijk dat de interviewer doorvraagt om tot de kern te komen en een diepgaand beeld te vormen. Een diepte-interview kan gestructureerd zijn, wat betekent dat elke vraag vastligt. Een andere mogelijkheid is om een semi-gestructureerd interview uit te voeren, dat het gesprek in een bepaalde richting leidt (Onderzoekdoen.nl, sd). Dit onderzoek maakt gebruik van twee semi-gestructureerde gespreksgidsen om het gesprek te sturen, terwijl het ruimte laat voor bijkomende expertise en kennis van zowel de werknemers van Visit Limburg als de AI-experts.

1.2 Verantwoording van de keuze

Het doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het gebruik van AI binnen de communicatie, met een specifieke focus op de toeristische sector. Omdat artificiële intelligentie binnen de toeristische sector een recent gegeven is en er weinig bronnen over bestaan, is het nodig om de kennis van experts te raadplegen en praktijkervaringen te achterhalen. Door direct in gesprek te gaan met de werknemers van de communicatieafdeling van Visit Limburg, gevolgd door AI-experts, is het mogelijk om het huidige AI-gebruik voor communicatie bij te sturen. Deze interviews maken bijvoorbeeld duidelijk welke specifieke AI-tools de werknemers inzetten en wat de voor- en

nadelen hiervan zijn. Het volgende onderdeel behandelt uitgebreid de thema's die in de gespreksgidsen aan bod komen. Verder biedt kwalitatief onderzoek de mogelijkheid om dieper in te gaan op specifieke problemen, zoals het verfijnen van prompts, wat met een kwantitatieve aanpak moeilijker te achterhalen is. Daarnaast kunnen de respondenten aanbevelingen, meningen en extra informatie over AI en/of communicatie delen tijdens het interview, terwijl het doel van een kwantitatieve onderzoeksmethode is om zoveel mogelijk kennis te verzamelen (Merkus, 2023).

1.3 Toepassing van de onderzoeksmethode

Om dit onderzoek herhaalbaar te maken, behandelt dit hoofdstuk de respondenten, het aantal respondenten, de onderwerpen van de gespreksgidsen, de wijze van contact, de locatie, de praktische aanpak en de timing.

1.3.1 Respondenten

Om voldoende informatie te verzamelen, worden zoveel mogelijk werknemers binnen de communicatieafdeling van Visit Limburg bevraagd via diepte-interviews. Hierna volgen minstens vijf interviews met experts.

Visit Limburg

Als eerste worden de werknemers van de communicatieafdeling van Visit Limburg geïnterviewd om het huidige AI-gebruik voor communicatie in kaart te brengen. Op basis van de resultaten van de experts wordt dit gebruik geoptimaliseerd. Het doel is om zoveel mogelijk respondenten met verschillende functies binnen de communicatieafdeling te interviewen, zoals een grafisch vormgever en een webmaster. Deze afspraken worden verder afgestemd in overleg met Anouk Dewinter, de promotor van het onderzoek. De volgende personen komen zeker aan bod in de interviews (Toerisme Werkt, 2025):

- Anouk Dewinter, Coördinator Public Relations
- Dorien Vannitsen, Manager Communicatie
- Charline Smeets, Manager Communicatie

AI-experts

Om meer inzicht te krijgen in artificiële intelligentie worden diepte-interviews afgenomen met AI-experts. Het is van belang dat deze experts zowel vertrouwd zijn met AI als met (digitale) communicatie. De volgende respondenten komen in aanmerking en worden geïnterviewd:

- Herve Van de Weyer, Opleidingshoofd Professionele Bachelor Communicatie bij Hogeschool PXL
- Joke Timmermans, lector Digital Communication bij Hogeschool PXL
- Uschi De Bruyn, lector Engels en Softskills bij Hogeschool PXL, heeft meegewerkt aan expo *AmAI* in Hasselt
- Vincent Buysens, AI-specialist bij Loop Earplugs, heeft meegewerkt aan de workshop *AI in Actie* met Toerisme Vlaanderen

- Bart Grispen, Test Engineer op de afdeling C&I – Compatibility & Interoperability - bij het ICT-bedrijf Resillion

Om meer kennis op te doen over B2C-communicatie worden influencers die samenwerken met Visit Limburg bevraagd. De nadruk ligt hierbij op AI en sociale media. Anouk Dewinter stemt dit verder af.

Bovendien maakt dit onderzoek gebruik van de sneeuwbalmethode om meer respondenten te vinden, wat inhoudt dat de laatste vraag de geïnterviewden aanmoedigt om andere relevante professionals aan te bevelen.

1.3.2 Onderwerpen van de gespreksgidsen

Twee gespreksgidsen dienen als leidraad voor dit onderzoek, één voor de werknemers van Visit Limburg en één voor de experts. Elk interview is aangepast aan de respondent.

De semi-gestructureerde gespreksgids om de werknemers van Visit Limburg te bevragen bevat de volgende thema's:

- **Huidige gebruik van AI:** Hierbij wordt gevraagd naar het gebruik van AI voor werkdoeleinden. Daarnaast achterhaalt dit thema voor welke taken en op welke manier de werknemers artificiële intelligentie inzetten.
- **AI-tools:** Dit thema peilt naar de specifieke tools die de werknemers gebruiken. Bijkomende vragen zijn welke systemen of programma's geraadpleegd worden, waarom en waarvoor deze tools gekozen zijn en wat de voor- en nadelen van deze toepassingen zijn.
- **Manier van prompts:** Deze vragen achterhalen hoe werknemers van Visit Limburg prompts formuleren, of er al tips & tricks bekend zijn en waar de moeilijkheden bij prompting liggen.

De gespreksgids om de experts te bevragen behandelt de volgende thema's:

- **AI in het algemeen:** Dit thema start het interview door te vragen naar het AI-gebruik van de experts. Ook de belangrijkste voordelen en nadelen van het gebruik van AI komen aan bod.
- **AI-tools voor toeristische communicatie:** De vragen onder dit thema peilen naar specifieke AI-tools voor communicatie binnen de toeristische sector. Het doel is om te achterhalen welke tools ingezet worden binnen het toerisme, de motivatie achter het gebruik ervan, de voor- en nadelen van deze middelen en een mening over de tools die Visit Limburg gebruikt.
- **Opbouw van goede prompts:** Dit onderdeel onderzoekt hoe een gebruiker efficiënt een prompt kan opbouwen, omdat prompt engineering een essentieel element is binnen de handleiding. Dit thema achterhaalt of de bevindingen van het literatuuronderzoek overeenkomen met de antwoorden van de AI-experts. Ook worden de prompts getest na de interviews.

1.3.3 Contact en locatie

De werknemers van Visit Limburg worden persoonlijk benaderd, terwijl de AI-experts gecontacteerd worden via e-mail.

De interviews met de werknemers van Visit Limburg vinden plaats in een vergaderruimte of een andere rustige locatie voor een optimaal gesprek. De diepte-interviews met de experts worden gehouden via een kanaal zoals Teams. De interviews vinden plaats tussen 9 en 17 uur, zodat de werknemers de mogelijkheid hebben om tijdens de werkuren mee te werken aan dit onderzoek. Er wordt geprobeerd om dezelfde tijdsperiode voor de experts te gebruiken.

1.3.4 Praktische aanpak

Voordat de interviews plaatsvinden, wordt een sjabloon opgesteld met de vragen om tijdens het gesprek de resultaten in kernwoorden te noteren. Deze methode maakt de resultatenanalyse eenvoudiger. Bovendien worden de interviews getranscribeerd door een gratis softwareprogramma. Een optie is TurboScribe, een softwareprogramma dat drie gratis transcripties per dag genereert (TurboScribe, 2025).

1.3.5 Timing

De twee gespreksgidsen en het sjabloon worden opgesteld in februari. Eerst worden de werknemers van Visit Limburg geïnterviewd, wat zal plaatsvinden in de maand maart. Hierna worden de experts bevraagd om het AI-gebruik voor communicatie van Visit Limburg te verbeteren. Deze diepte-interviews vinden plaats in de maand april.

1.4 Bibliografie

- Merkus, J. (2023, 8 mei). *Verskil tussen kwalitatief en kwantitatief onderzoek: Voorbeelden*. Opgeroepen op 4 februari, 2025, van Scribbr.nl:
<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/kwalitatief-vs-quantitatief-onderzoek/>
- Onderzoekdoen.nl. (sd). *Diepte-interview*. Opgeroepen op 4 februari, 2025, van Onderzoekdoen.nl:
<https://www.onderzoekdoen.nl/diepte-interview>
- Toerisme Werkt. (2025). *Organisatie*. Opgeroepen op 4 februari, 2025, van Toerisme Werkt:
<https://www.toerismewerkt.be/organisatie>
- TurboScribe. (2025). *Gratis software voor audio-transcriptie*. Opgeroepen op 6 februari, 2025, van TurboScribe.ai: <https://turboscribe.ai/nl/l/free-audio-transcription-software>

6. Opdracht 5: Resultaten eigen onderzoek

Deadline: 25 april 2025

Je geeft hier de resultaten weer van je eigen onderzoek: interviews, focusgroepen, benchmark, enquêtes, case study, ... Dit kan aan de hand van tabellen, een presentatie of uitgeschreven conclusie. Zie ook formulier evaluatie op Blackboard.

18 /20

Voor dit onderzoek werden diepte-interviews afgenomen met zowel de communicatieafdeling van Visit Limburg als met AI-experten. Deze interviews namen veel tijd in beslag. Focusgroepen hadden een geschikt alternatief kunnen vormen, omdat dit ook een kwalitatieve onderzoeksmethode is. Toch is deze methode niet haalbaar om de medewerkers van Visit Limburg te bevragen, omdat de onderzoeker meerdere focusgroepen moet organiseren tot het saturatiepunt is bereikt. Omdat het aantal medewerkers beperkt is, zijn er niet genoeg respondenten beschikbaar om voldoende focusgroepen samen te stellen binnen het communicatieteam (Benders, 2022). Voor de AI-experten zou deze methode wel een geschikt alternatief kunnen zijn dat minder interviewtijd vereist.

6.1 Resultatenanalyse in Canva

De onderstaande infographic bespreekt de resultaten van de gevoerde diepte-interviews. Bijlage 1 bevat de uitgeschreven interviews met de communicatieafdeling van Visit Limburg. Daarnaast geeft bijlage 2 de gesprekken met de AI-experten weer. Bijlage 3 bevat de semi-gestructureerde gespreksgidsen en bijlage 4 toont de resultatenanalyse in een Excel-matrix.

Communicatiemedewerkers van Visit Limburg

n=12

AI in het algemeen

AI-kennis

100% van de respondenten kan het begrip AI in eigen woorden **uitleggen**.

Toch hebben de respondenten geen diepgaande kennis. 'Menselijke intelligentie/ vaardigheden' komt slechts 4 keer voor in de antwoorden en slechts 2 respondenten halen de term 'machine learning' aan.

Voorbeelden van AI

7 respondenten dachten bij AI aan chatbots, zoals ChatGPT.



Opvallend: een manager dacht aan advertenties op basis van klikgedrag.



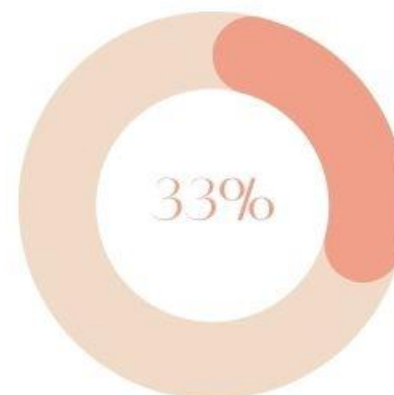
92%



Aantal respondenten met ervaring in communicatie

AI-ervaring

Ondanks een interne opleiding, zijn slechts 4 van de 12 respondenten **daarbuiten bezig** met AI.
(YouTube/boek/lezing/opleiding)



De interne opleiding bleek theoretisch en in mindere mate gericht op AI-tools en prompts.

Daarnaast hebben 11 van de 12 respondenten een achtergrond in communicatie, maar die ervaring heeft weinig tot geen raakvlak met artificiële intelligentie.

VISITLIMBURG.be

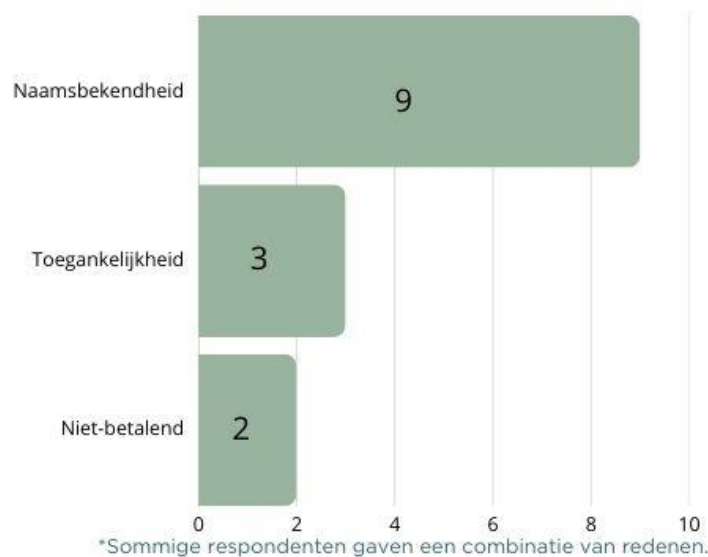


Communicatiemedewerkers van Visit Limburg

AI-gebruik

AI-tools

Iedereen gebruikt **ChatGPT**, voornamelijk door de naamsbekendheid.



7 van de 12 respondenten gebruiken **enkel** ChatGPT, meer tools kunnen ingezet worden.

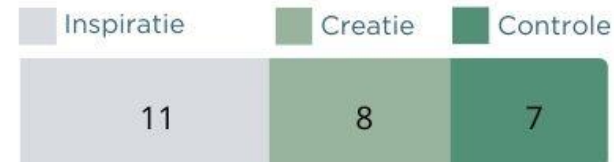


Taken

AI wordt vooral voor taalkundige taken gebruikt. (= eenzijdig gebruik)



Stadium



Slechts 4 van de 12 respondenten gebruiken AI voor elk stadium. Zeker ter controle kan AI meer ingezet worden, zoals het nalezen van teksten.

Communicatiemedewerkers van Visit Limburg

AI-gebruik

Vb. van tools genoemd door de werknemers

Met de experts wordt nagegaan welke tools het best ingezet kunnen worden.

 **Firefly:** afbeeldingen genereren

 **Claude AI:** programmeren

 **Belga.Press:** artikels opzoeken

Gebruik

Alle werknemers gebruiken **individueel** AI. Er is **geen standaard** systeem binnen de communicatieafdeling.

Mening van de respondenten over ChatGPT

Voordelen

Tijdswinst

Variatie

Ideeën opdoen

Nadelen

Niet up-to-date

Typische AI-schrijfstijl

Mist authenticiteit

1. De voor- en nadelen van AI voor communicatie komen overeen met die van ChatGPT zelf. Dit toont aan dat de medewerkers ChatGPT als synoniem voor AI beschouwen en deze te weinig referentiepunten hebben om het met andere tools te vergelijken.
2. Door de typische AI-schrijfstijl (overdreven taalgebruik) en het gebrek aan authenticiteit is 'schrijven' een taak die 4 werknemers zonder AI doen.



Communicatiemedewerkers van Visit Limburg

Prompten

Promptkennis

Door een interne opleiding hebben de medewerkers een **goede basiskennis**.

- AI een persona geven
- Context (Wie is Visit Limburg?)
- Verwachting output (lengte, tone of voice...)

Moeilijkheden

8 van de 12 respondenten ervaren moeilijkheden bij het prompten.



Hoewel de medewerkers een goede basiskennis hebben, blijft prompten moeilijk. Het bijsturen van AI is een terugkomend probleem, maar dit is eigenlijk een normaal proces. Ook weten de werknemers niet wat de maatstaf is. (Wat is een goede prompt?)

Volzinnen vs. trefwoorden

7 van de 12 respondenten gebruiken **altijd volzinnen**.



Het gebruik van volzinnen zorgt voor een duidelijkere context en is dus aan te raden.

Extra hulp

Momenteel biedt de organisatie **geen regels/systeem** om te prompten. Een tip is om **AI zelf** de prompt te laten verrijken.

VISIT**LIMBURG**.be



Communicatiemedewerkers van Visit Limburg

Noden van de communicatiemedewerkers

AI-tools voor...

- Copywriting
- Het genereren van afbeeldingen
- Het samenstellen van trips door Limburg (fam trips)
- Data-analyse (kliks op sociale media, campagnes)

Overig

- AI op de website (géén chatbots, maar om uitstappen/reizen samen te stellen)
- Mogelijkheid tot AI-omgeving

Handleiding

- Do's & Don'ts over prompten
- Tool + welke taak

De noden worden besproken met de experts om zo tot een juiste oplossing te komen.



AI-experts

Experten en AI-ervaring

Bart Grispen:

Test Coördinator bij Resillion

Software development als opleiding

Was lid van interne AI-research group

Nam deel aan AI-werkgroepen bij Thomas More

resill!on

Lien Verwimp:

Influencer + CEO van Daymaker

AI is geïntegreerd binnen Daymaker

→ Daymaker is een platform met reistips

 **Daymaker**

Frederik De Roo:

Marketingexpert bij Travel Trends

AI is geïntegreerd binnen Travel Trends

Nieuwsbrieven over AI

 **travel.
trends**
YOUR EXPERT AGENCY



VISIT**LIMBURG**.be


AI-experts

Experten en AI-ervaring

Herve Van de Weyer:

Opleidingshoofd Communicatie, PXL

Heeft AI-opleidingen gevolgd

Geeft AI-workshops

Ellen Theunen:

Lector Communicatie, PXL

Project AmAI

AI gekoppeld aan opdrachten voor de studenten

Freya Geerts:

Experte AI: Centrum Digitaal Leren, PXL

Onderzoekt AI-mogelijkheden binnen het secundair onderwijs

Joëlle Kalmès:

Voorzitter AI-werkgroep, PXL

Voormalig ICT-Coördinator bij PXL Education

AI gekoppeld aan opdrachten voor de studenten



**DE HOGESCHOOL
MET HET NETWERK**



Aan de hand van de antwoorden van de experts wordt het **AI-gebruik** van de communicatiemedewerkers van Visit Limburg **verbeterd**.

VISIT**LIMBURG**.be

AI-experts

AI en communicatie

Voordelen

- Snelheid en efficiëntie = tijdswinst
- Hulpmiddel (bv. verslagen schrijven)
- Inspiratiebron
- Veel info structureren
- Complexe zaken uitleggen (bv. aan klanten)

Toerisme: reisplanningen opstellen + reistips

Opvallend: Vaardigheden, zoals analyseren, synthetiseren en structureren gaan verloren, doordat AI die taken overneemt... Maar die vaardigheden zijn juist nodig om goed te kunnen prompten!



Nadelen

- Mist human touch en creativiteit
- Content verliest waarde, doordat er veel AI-posts zijn.
- Zelf verifiëren of de output klopt
- Denk aan privacy + ecologie
- De vaardigheid om kritisch na te denken gaat verloren.

Toerisme: de reistips zijn niet persoonlijk, weinig kennis over kleine bestemmingen, steeds dezelfde bestemmingen komen aan bod.

***Maar** Maya en Ask Whisper kunnen wel reizen personaliseren!

VISITLIMBURG.be



AI-experts

Specifieke AI-tools aangeraden door de experts

Allround



ChatGPT

Bv. inspiratie en contentplanning
Taalmodel → goed in teksten
opstellen & verbeteren

Creatieve taken

Canva

Afbeeldingen genereren, teksten
schrijven, video's bewerken....

Afbeeldingen bewerken



Adobe Express



Brainstormen

Gemini

Video's bewerken

CapCut

Afbeeldingen genereren



Copilot

Copywriten



Jasper

copy.ai



AI-video's (avatars, voice-over)



synthesia



Midjourney

DALL·E

VISITLIMBURG.be



AI-experts

Specifieke AI-tools aangeraden door de experts

Reizen samenstellen



Tekstcontrole en parafraseren



AI op de website



Maya kan ingezet worden op de website om gasten reizen door Limburg samen te laten stellen.
<> Ask Whisper maakt gebruik van een chatbot via WhatsApp.

Data-analyse (bv. resultaten campagnes)



Als **ChatGPT** gelinkt wordt aan de data (bv. via Google Drive), kan deze chatbot ook aan data-analyse doen.

Gedeelde AI-omgeving



Samenwerken in **ChatGPT** (businesspakket)



Of Copilot geïntegreerd in Word, PowerPoint, Outlook en Teams

Bronnen en onderzoek



ResearchRabbit



CONNECTED PAPERS



deepseek



Copilot



perplexity

VISITLIMBURG.be



AI-experts

Prompt-engineering: tips van de experts

De 5 **bouwstenen** van een **prompt**

- 1 Persona
- 2 Doel
- 3 Ontvanger(s)
- 4 Thema
- 5 Structuur

De eerste prompt: veel info!

Situatie Tone of voice
Persona Doelgroep
Kanaal Gewenste output
...

Dan bijsturen (normaal proces!)

Hoe opbouwen?

Gebruik volzinnen of duidelijke
bulletpoints

Wees concreet en duidelijk

Chatbot luistert niet?

Werk stap voor stap

Herhaal als de chatbot iets
vergeet

Vraag om te redeneren
(tussentappen geven)

VISITLIMBURG.be

AI-experts

Prompt-engineering: tips van de experts

- Laat AI de prompt verrijken. (bv. ChatGPT een prompt voor Dall-E laten schrijven.)
- Doe alsof de chatbot overtuigd moet worden om output te genereren/ het een beginnende werknemer is. (Geef veel details.)
- Doe alsof het een echt persoon is, want vriendelijk zijn helpt om een duidelijkere prompt te schrijven.
- Leer zelf regels aan. (bv. Bij gebruik van vierkante haken moet de bot x doen.)
- Vermeld termen als 'objectief' of 'out-of-the-box'.
- Typ de belangrijkste woorden in hoofdletters.
- Personaliseer de promptomgeving. (Vul basisgegevens vh. bedrijf in in ChatGPT.)



Opmerking: Hoewel één expert aangaf om de niet-gewenste output te vermelden, raden drie experts het gebruik van ontkenningen af.

Concreet probleem: De chatbot spreekt over Nederlands-Limburg in de plaats van Belgisch-Limburg. → Vermeld het gewenste gebied én leg uit welke regio's het omvat.

Opvallend: Het verschil in output tussen prompts in het Nederlands en het Engels is tegenwoordig minimaal.



AI-experts

Duurzaamheid

“AI zelf is **niet duurzaam**,
maar het kan wel een
duurzaam alternatief
zijn.”

Positief

Negatief

Tijdbesparend alternatief	Hoge energie- en stroomverbruik
Toegankelijk (explainable AI)	Bias (niet altijd correct op sociaal en politiek gebied)

*Explainable AI betekent dat AI op een begrijpbare manier verklaart hoe en waarom het tot een bepaalde beslissing of voorspelling is gekomen.

Gebruik langere prompts, wees kritisch en zorg dat het AI-gebruik een doel heeft.



Conclusie en opmerkingen

De **tools** die Visit Limburg momenteel inzet zijn **goed**, maar er wordt veel gebruik gemaakt van ChatGPT.



ChatGPT is een multifunctionele tool die veel taken aankan, maar soms is het efficiënter om **gespecialiseerde tools** te gebruiken die gericht zijn op één specifieke toepassing.

Door de typische AI-schrijfstijl en het gebrek aan authenticiteit is '**schrijven**' een taak die 4 werknemers zonder AI doen.



Doordat ChatGPT wordt beschouwd als een standaardtool en dus veel wordt gebruikt, hanteert het de '**typische AI-schrijfstijl**'. Werknemers ervaren dit als een nadeel door het overdreven taalgebruik. Jasper AI en Copy AI zijn geschikte alternatieven.

Zeker **ter controle** kan AI meer ingezet worden (bv. nalezen van teksten).



Grammarly en **Quillbot** zijn hiervoor geschikte tools.

De werknemers hebben een goede **basiskennis van prompts**, maar ervaren alsnog moeilijkheden. (Wat is een goede prompt? + bijsturen)



Een **basisprompt** wordt opgesteld voor de werknemers om een betere output te krijgen én tijd te besparen. (Wie is Visit Limburg?, missie, visie...). Dit komt in de handleiding. Daarnaast is **bijsturen normaal**.

De handleiding zal richtlijnen voor het schrijven van prompts bevatten, inclusief tools met bijbehorende toepassingen.

6.2 Bibliografie

Benders, L. (2022, 17 oktober). *Hoeveel interviews neem je af voor je scriptieonderzoek?* Opgeroepen op 1 mei, 2025, van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/aantal-interviews/>

7. Opdracht 6: Indienen product/antwoord onderzoeksvraag

Deadline: 16 mei 2025

Je laadt hier het antwoord op je onderzoeksvraag in. Deze oplossing op de probleemstelling is gebaseerd op je literatuuronderzoek, je eigen onderzoek, eventueel bijkomende inzichten, informatie die je hebt opgezocht.

GO / NO GO

De onderstaande link verwijst naar het eindproduct voor Visit Limburg: een handleiding over de inzet van artificiële intelligentie in toeristische B2B- en B2C-communicatie.

<https://heyzine.com/flip-book/5680302893.html>

8. Bijlagen

Bijlage 1: uitgeschreven interviews van de communicatieafdeling van Visit Limburg

Respondent 1 (medewerker Public Relations)

Maartje Kerfs:

Kan je om te beginnen jouw functie binnen Visit Limburg toelichten?

Respondent 1:

Ik ben PR-medewerker bij Visit Limburg. Concreet houdt dat in dat ik de partnercommunicatie verzorg en samen met mijn collega's een partnerevenement organiseer. Daarnaast neem ik ook het project van de Visit Limburg Awards voor mijn rekening.

Maartje Kerfs:

En was dat altijd al jouw functie?

Respondent 1:

Ja, inhoudelijk wel. Ik ben nu anderhalf jaar in dienst, en dat is altijd dezelfde functie geweest. Sinds begin dit jaar is er een nieuw team samengesteld binnen de organisatie, maar inhoudelijk zijn het wel nog steeds dezelfde taken.

Maartje Kerfs:

Welke ervaring met communicatie heb je? Zoals een eerdere opleiding of vorige jobs?

Respondent 1:

Ik heb hiervoor bij twee verschillende werkgevers gewerkt, telkens in een marketing- en communicatiefunctie. Dat waren commerciële organisaties, zowel B2B als B2C. Ik heb ook een bachelor in communicatiemanagement en een master in communicatiewetenschappen.

Maartje Kerfs:

En ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 1:

Ja.

Maartje Kerfs:

Kan je eens proberen dat in je eigen woorden uit te leggen?

Respondent 1:

Ja, artificiële intelligentie is volgens mij... of dat zijn eigenlijk systemen die gebruik maken van machine learning. Die leggen netwerken aan tussen verschillende gegevens om zo nieuwe dingen te kunnen creëren. Misschien wat vaag omschreven...

Maartje Kerfs:

Kan je anders een paar concrete voorbeelden geven?

Respondent 1:

Ja, bijvoorbeeld ChatGPT – dat is degene die ik het vaakst gebruik. Dat systeem heeft geleerd hoe teksten worden opgebouwd en kan op basis van een prompt zelf een tekst genereren. Het voorspelt

eigenlijk hoe een tekst eruit zou moeten zien, aan de hand van de patronen die het heeft geleerd. Hetzelfde geldt voor AI-systemen die visuals maken of ontwerpen.

Maartje Kerfs:

En gebruik je AI ook voor je werk?

Respondent 1:

Ja, ik gebruik momenteel vooral ChatGPT. Ik gebruik het bijvoorbeeld wanneer ik een langere tekst heb gemaakt en ik kleine intro's wil laten schrijven. Als ik een nieuwsitem op de website zet en dat ook in de nieuwsbrief wil brengen, laat ik verschillende voorstellen maken voor titels en onderwerpen van mails. Zo heb ik wat meer input om mee te werken. Ook bij nieuwe projecten of opdrachten, om niet van een leeg blad te moeten starten of om structuur te brengen in een tekst, vind ik het handig.

Maartje Kerfs:

Gebruik je het soms ook om afbeeldingen te genereren, bijvoorbeeld voor in de nieuwsbrief?

Respondent 1:

Voor de nieuwsbrief zelf hebben we dat nog niet gedaan. Wel op het intranet, via Office Ollie. Daar willen we tips of weetjes delen met collega's over hoe ze Office kunnen gebruiken. Voor die visuals hebben we wel AI ingezet. Binnen ChatGPT kan je dat ook, maar ik vond dat nog niet zo goed werken.

Respondent 1:

Privé heb ik AI ook al eens gebruikt, bijvoorbeeld om foto's van mensen die ik ken te laten herwerken in een andere setting. Maar dat was via een gratis versie en dat voldeed niet echt aan mijn verwachtingen.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard binnen jouw afdeling gebruikt of eerder individueel?

Respondent 1:

Er is geen officiële procedure, maar ik weet dat collega's het ook gebruiken, vermoedelijk voor soortgelijke toepassingen als ik. Er zijn geen formele afspraken over.

Maartje Kerfs:

Dus eerder tools zoals chatbots, geen uitgebreidere systemen?

Respondent 1:

Nee, klopt.

Maartje Kerfs:

Op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht: voor inspiratie, het maken zelf of ter controle?

Respondent 1:

Voor mij is het vooral bij de inspiratie en het creëren van content. Niet echt voor controle. Soms wel om iets te verbeteren, maar niet om het echt na te kijken.

Maartje Kerfs:

Wat zijn de grootste voordelen van AI binnen jouw functie?

Respondent 1:

Het helpt me om op nieuwe ideeën te komen, waar ik zelf misschien niet meteen aan zou denken. En het levert gewoon een enorme tijdswinst op.

Maartje Kerfs:

Ervaar je ook nadelen?

Respondent 1:

Niet meteen. Soms ben ik niet helemaal tevreden over de output, dan moet ik extra vragen stellen. Maar ik besef dan ook dat mijn prompt misschien niet duidelijk genoeg was. Ik zie dat niet als een nadeel van AI, eerder als iets waar wij nog in moeten groeien. Ik merk ook dat als ik het frequenter gebruik, de output beter wordt. Als je het af en toe gebruikt, dan verwacht je misschien dat het weet wat jij bedoelt – maar dat is natuurlijk niet zo. Ik ervaar dat dus niet als een tekortkoming.

Maartje Kerfs:

Welke specifieke taken doe je liever zonder AI?

Respondent 1:

Goeie vraag... Er zijn ongetwijfeld taken die ik zonder AI doe. Bijvoorbeeld bij de Visit Limburg Awards – het hele projecttiming, budgetbeheer en zo – daar gebruik ik het momenteel niet voor. Niet omdat ik dat bewust vermijd, maar omdat het gewoon niet in me opkomt om AI daarvoor in te zetten. Misschien is dat wel de moeite om te bekijken.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook om informatie op te zoeken, of eerder voor taal?

Respondent 1:

Eerder voor taal. Maar privé gebruik ik het ook soms om ideeën op te doen, bijvoorbeeld bij het plannen van een weekendje weg. Alleen merk je dan soms dat het geen rekening houdt met dingen zoals openingsuren van horecazaken. Dan merk je de beperkingen wel. Maar als schrijftool werkt het voor mij wel goed.

Maartje Kerfs:

Gebruik je naast ChatGPT nog andere AI-tools?

Respondent 1:

Niet frequent. Ik gebruik Canva en heb daar wat geëxperimenteerd. Maar ik voel me daar nog niet helemaal comfortabel bij. Ik weet ook niet altijd hoe ik die functies precies moet gebruiken. Volgens mij zit daar wel AI in. Ik verstuur mails via GetResponse, een platform vergelijkbaar met MailChimp, en ook daar zit AI in. Je kan er bijvoorbeeld onderwerpen en inhoud van mails laten genereren, maar dat heb ik nog niet getest. Ik veronderstel dat het (nog) niet zo goed werkt, dus heb ik het gelaten.

Maartje Kerfs:

Waarom heb je specifiek voor ChatGPT gekozen?

Respondent 1:

Door de naamsbekendheid.

Maartje Kerfs:

En wat vind je het grootste voordeel van ChatGPT zelf? Zijn dat dezelfde voordelen als artificiële intelligentie in het algemeen?

Respondent 1:

Ja, ik denk het wel. Ik kan het ook moeilijk vergelijken met andere tools, maar ik vind het heel gebruiksvriendelijk. De historiek vind ik ook handig – als je binnen een project iets vandaag schrijft en volgende maand wil je daarop verder werken, dan weet je nog wat je eerder had gedaan. Ik vermoed dat andere systemen dat ook hebben, maar ik vind dat wel een pluspunt.

Maartje Kerfs:

Heeft ChatGPT ook nadelen?

Respondent 1:

Ja, het begrijpt soms niet goed wat je bedoelt. En als je te veel bijvragen stelt, bots je op een limiet. Dat vind ik wel een nadeel.

Maartje Kerfs:

Is er een AI-tool die je geprobeerd hebt, maar nu niet meer gebruikt?

Respondent 1:

Ja, vooral die tools die visuals genereren. Ik heb onder andere DALL-E gebruikt, en iets van Adobe volgens mij. Meestal gratis tools, en dan liep ik tegen het probleem aan dat je een beperkt aantal credits hebt om iets te genereren. Als je dan echt moet gaan betalen, haak je sneller af. Copilot heb ik al eens kort bekeken, maar nog niet gebruikt.

Maartje Kerfs:

Waarom heb je het niet gebruikt?

Respondent 1:

Ik heb het wel eens kort bekeken, maar nog niet gebruikt. Omdat ik te veel moest uitzoeken hoe ik het precies kon inzetten. Ik had de naam horen vallen en ben dan eens gaan kijken, maar dan merk je dat je er echt tijd moet in steken om het goed te begrijpen. Terwijl ChatGPT heel intuïtief is, daarom gebruik ik dat wel.

Maartje Kerfs:

Hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts?

Respondent 1:

Ik probeer meestal het kader goed te schetsen en schrijf volledige zinnen, zoals ik dat ook aan een persoon zou brieven. Heel concreet: bijvoorbeeld “je bent een communicatiemedewerker van Visit Limburg”, “maak dit in zoveel woorden”, “geef zoveel titels of call-to-actions”. En als het een iets vagere opdracht is, geef ik ook de context mee, zoals: Visit Limburg is een organisatie die werkt met toeristische partners, voorbeelden daarvan zijn... Zo geef ik een beetje het achtergrondkader mee, afhankelijk van het soort output dat ik verwacht.

Maartje Kerfs:

Zijn er binnen jullie afdeling regels of systemen voor het schrijven van prompts?

Respondent 1:

Nee.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 1:

Soms wel. Dan is mijn eerste prompt niet goed genoeg en moet ik op basis van de eerste output bijsturen. Daar kan ik zeker nog in groeien. We hebben intern al een opleiding gevolgd, en ik heb ook extern al iets gevolgd. Daar leer je vooral dat je dingen concreet moet benoemen om een betere output te krijgen.

Maartje Kerfs:

Voeg je soms ook bijlagen toe in ChatGPT?

Respondent 1:

Ja. Bijvoorbeeld als we een felicitatiebrief sturen naar een partner die een award heeft gewonnen of in de krant heeft gestaan. Dan voeg ik het krantenartikel toe als input voor de brief. Of als ik een nieuwsitem op de website heb staan, voeg ik de link toe om daar kortere intro's van te maken.

Maartje Kerfs:

En waarom moet je ChatGPT soms bijsturen?

Respondent 1:

Meestal omdat ik niet concreet genoeg was. Of het blijft te algemeen. Dan mis ik specifieke elementen die ik belangrijk vind, zeker in een intro. De creativiteit ontbreekt soms en dan krijg je die typische generieke output. Ik gebruik de tekst dus nooit exact zoals hij eruit komt. Het is een vertrekpunt, ik bewerk het altijd naar onze tone of voice en naar wat we willen overbrengen.

Maartje Kerfs:

Ken je nog tips of tricks om goed te prompten?

Respondent 1:

Niet echt speciaal. Voor hoe ik het gebruik: duidelijk aantal woorden meegeven, de rol beschrijven, enzovoort.

Maartje Kerfs:

Stel dat je AI gebruikt om de introductie van de nieuwsbrief te schrijven, hoe geef je dat dan in?

Respondent 1:

Ik typ het zoals ik het zou zeggen. Bijvoorbeeld: "Schrijf een intro van 50 woorden als communicatiemedewerker van Visit Limburg voor de maandelijkse nieuwsbrief die we uitsturen naar toeristische partners." Meestal start ik met één topic, dus dat benoem ik ook. Als er meerdere onderwerpen zijn, zet ik die erbij. En dan vraag ik ook om iets specifiek te schrijven, geen oppervlakkige tekst. Meestal vraag ik ook om een titel en call-to-action. Vaak maak ik dan een combinatie van de voorstellen die ik krijg.

Maartje Kerfs:

Zou je collega's aanraden om AI te gebruiken? Zo ja, welke tools en welke tips over prompting zou je geven?

Respondent 1:

Ja, ik zou het zeker aanraden, om efficiënter te werken en om op nieuwe ideeën te komen. Ik gebruik vooral ChatGPT en kan dat dus ook aanbevelen. Maar ik kan me voorstellen dat de grafische collega's andere tools interessanter gaan vinden, daar heb ik zelf geen ervaring mee.

En qua prompten zou ik zeggen: wees zo specifiek mogelijk. Heel duidelijk brieven wat je verwacht. Hoe meer info en details je meegeeft, hoe beter.

Ik heb in het verleden ook copywriters gebriefd, en dat is eigenlijk hetzelfde.

Ik zeg dan: ik heb zoveel woorden nodig, dit is de insteek of het doel, dit wil ik bereiken met de tekst. Dat komt dus eigenlijk op hetzelfde neer.

Voor mij is dat het meest comfortabel om te schrijven, dus dat zou ik ook aanraden: doe alsof het een persoon is. Dat werkt voor mij het makkelijkst.

Dat is totaal niet nodig voor een AI-systeem, maar het werkt wel het vlotst om op die manier te werken. En ik denk dat dat ook de drempel verlaagt voor mensen die het nog niet gebruiken om het toch eens te proberen.

Maartje Kerfs:

Dan ga ik nog snel een bijvraagje stellen. Je zei dat je het jammer vindt dat ChatGPT op een bepaald moment op een limiet zit. Wat is er dan eigenlijk beter aan de nieuwere versie dan de oudere versie? Of ja, aan de versie zonder dat limiet? Want daarna kan je het nog verder gebruiken, toch? Maar dan heb je minder opties?

Respondent 1:

Ik denk dat je binnen één prompt op den duur echt geen vragen meer kunt stellen. Dan geeft die geen nieuwe output meer. Als ik mij niet vergis, kan dat wel zijn...

Maar dan zit je ook al heel ver, dan heb ik al veel bijvragen gesteld. Dus ja, dat is voor mij gewoon eerder een kwestie van opnieuw beginnen. Soms begin je dan gewoon opnieuw in een nieuwe prompt.

Of dan heb ik de output die ik had gekregen, gewoon gekopieerd naar een nieuwe prompt om daarmee verder te gaan en verder op te bouwen.

Maartje Kerfs:

Ja, oké. Dan ga ik nog een korte samenvatting geven over dit interview:

Je gebruikt voornamelijk ChatGPT. In jouw prompts probeer je altijd duidelijk en concreet te zijn, dus ook altijd volzinnen te gebruiken en de tool aan te spreken alsof het een echt persoon zou zijn.

Je gebruikt het eerder voor inspiratie, maar ook voor het maken van content. Ben je het eens met deze samenvatting?

Respondent 1:

Ja, volledig.

Maartje Kerfs:

Wil je daar nog iets aan toevoegen? Of zijn er nog aspecten die we niet besproken hebben en die wel belangrijk zijn?

Respondent 1:

Ik denk dat AI gewoon superveel kan wat wij nog niet gebruiken. Wat ik doe, is eigenlijk nog heel basic op dit moment.

Misschien zelfs een beetje achterhaald. Ik ben wel benieuwd wat AI voor ons nog extra zou kunnen betekenen.

Ik denk dat er qua systemen, databeheer en dergelijke zeker nog winst in zit – zowel voor mij persoonlijk als voor de organisatie. Maar daar ben ik zelf totaal nog niet mee vertrouwd.

Maartje Kerfs:

Dankjewel voor het interview.

Respondent 1:

Geen probleem. Was ik de eerste?

Maartje Kerfs:

Ja.

Respondent 2 (medewerker Communicatie)

Maartje Kerfs:

Kan je jouw functie binnen Visit Limburg beschrijven?

Respondent 2:

Ik werk als online marketeer. Dat betekent dat ik verantwoordelijk ben voor alles rond sociale media: het maken van organische posts én betaalde campagnes. Die campagnes kunnen gaan over onze online pakketten – dus die worden ingekocht door partners – maar ook over bredere campagnes, zoals 'Gast' of promospots of bijvoorbeeld activiteiten in het voorjaar.

Daarnaast verzorg ik ook advertenties op Google, schrijf ik persoonlijke opdrachten en blogs, stel ik nieuwsbrieven op, en verzamel ik data tijdens en na campagnes om rapporten te maken.

Maartje Kerfs:

Werk je ook mee aan het Gastmagazine, of doen andere collega's dat?

Respondent 2:

Nee, dat wordt gedaan door het team van Print. Wij nemen soms wel thema's of verhalen over van Gast om online te gebruiken, maar de content zelf verzamelen en schrijven gebeurt volledig door Print.

Soms gaan we wel mee op pad voor rubrieken zoals Straatpraat. Zo ben ik eens met Kristien meegegaan om beelden en filmpjes te maken die we dan online gebruiken.

Maartje Kerfs:

Is dat altijd jouw functie geweest bij Visit Limburg?

Respondent 2:

Ja.

Maartje Kerfs:

Welke ervaring met communicatie heb je? Heb je een opleiding gevolgd of eerder al in de sector gewerkt?

Respondent 2:

Ik heb communicatiemanagement gestudeerd aan PXL in Hasselt, en daarna communicatiewetenschappen in Leuven.

Voor deze job werkte ik als online marketeer bij HDM in Peer, een bedrijf dat zich bezighoudt met interieur. Dat was helemaal anders, maar wel ook in online communicatie. Eigenlijk ben ik daar na mijn studies direct ingerold, en sindsdien ben ik er altijd mee bezig geweest.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 2:

Ja.

Maartje Kerfs:

Kan je proberen het in je eigen woorden uit te leggen?

Respondent 2:

Het is eigenlijk dat een computer voor jou begint na te denken. Je geeft een prompt in, en AI zoekt

dan een antwoord door heel het web te doorzoeken. Zo krijg je een antwoord of tekst gebaseerd op je vraag.

Maartje Kerfs:

Kan je enkele concrete voorbeelden geven van AI?

Respondent 2:

Ja, ChatGPT bijvoorbeeld. En ook tools waarmee je filmpjes kunt maken, of dingen kunt vertalen. Of zelfs iets als die AI-foto's – ik weet even niet hoe die heten. Gemini-foto's misschien?

Ik gebruik het zelf eigenlijk niet zo vaak.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI dan niet veel in je werk?

Respondent 2:

Niet echt. Soms gebruik ik ChatGPT wel eens als ik inspiratie nodig heb of een tekst moet schrijven, vooral om een begin te maken. Daarna werk ik er verder zelf aan. Ook bij advertenties is het soms handig. Maar over het algemeen gebruik ik het niet intensief.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI individueel of is het standaard in jullie afdeling?

Respondent 2:

Individueel. Er is geen officieel systeem. We gebruiken gewoon ChatGPT als we dat willen. Bij mijn vorige job hadden we wel een betalende versie voor het hele bedrijf, met vaste prompts. Dat was handig, want dan hoefde je niet telkens hetzelfde opnieuw in te geven.

Bij Visit Limburg hebben we dat nog niet, maar dat zou echt handig zijn – met bijvoorbeeld vaste gegevens zoals het doelpubliek, tone of voice, kenmerken van het bedrijf... Zo leert AI je organisatie ook beter kennen.

Maartje Kerfs:

Wanneer gebruik je AI tijdens een opdracht?

Respondent 2:

Voorals ik inspiratie nodig heb, bijvoorbeeld bij het schrijven van een blog of socialemediapost. Dan geef ik een prompt in om het tekstje te herschrijven of om synoniemen te zoeken. Dus het is meer als inspiratiebron.

Maartje Kerfs:

Wat zijn volgens jou de grootste voordelen van AI in je job?

Respondent 2:

Voorals je vastzit zonder inspiratie, of bij teksten die telkens opnieuw geschreven moeten worden maar net iets anders moeten klinken – zoals bij vaste partners. ChatGPT kan dan helpen om te herschrijven of om alternatieven te vinden, zodat het toch weer fris klinkt.

Maartje Kerfs:

Zijn er ook nadelen?

Respondent 2:

In mijn functie eigenlijk niet. Al merk je wel dat de gratis versie van ChatGPT beperkt is. Het is niet altijd up-to-date. Zo gaven we ooit tijdens een opleiding een prompt om alle kerstmarkten in Limburg

op te sommen, maar dan gaf het resultaten voor Nederlands Limburg – en daar heb je dan niet zoveel aan. Maar dat ligt misschien aan de gratis versie.

Maartje Kerfs:

Wat vond je van die opleiding?

Respondent 2:

Best interessant. Het was geen beginnerssessie – ze gingen er vanuit dat iedereen al bekend was met ChatGPT. Ze brachten wel goede tips en inzichten, zoals dat ChatGPT niet echt “denkt” maar gewoon doet wat jij vraagt. Het was niet super technisch, maar dat hoeft voor mij ook niet.

Meer praktische voorbeelden van goede prompts zouden wel nuttig zijn, al is dat moeilijk in een algemene opleiding.

Maartje Kerfs:

Weet je nog wie die opleiding gaf?

Respondent 2:

Dorien had dat geregeld, dus zij weet het sowieso. Ik heb ergens nog notities liggen, denk ik. Het was een marketingbureau dat zich daarin specialiseert.

Maartje Kerfs:

Zijn er taken die je liever zonder AI doet?

Respondent 2:

Ja, vooral het echte schrijfwerk. AI kan helpen, maar soms is het beter om het zelf te doen – zeker als het over inhoudelijke dingen gaat. Je weet niet altijd of de info klopt of actueel is.

En wij proberen echt beleving te brengen in onze teksten, dat moet niet te artificieel klinken. Dat lukt het beste als je het zelf schrijft.

Maartje Kerfs:

Gebruik je buiten ChatGPT nog andere AI-tools?

Respondent 2:

Niet echt. Ik heb ooit eens iets geprobeerd waarmee je beelden kon maken op basis van prompts, maar ik weet niet meer hoe het heet. We gebruiken dat eigenlijk niet, omdat we vooral echte beelden van Limburg tonen. Dus die AI-beelden passen daar niet bij.

Maartje Kerfs:

Heb je het ook al eens gebruikt voor video's op Instagram?

Respondent 2:

Er bestaan wel AI-tools die automatisch reels of compilaties maken, maar ik maak die liever zelf. Zo kies ik zelf welk beeld waar moet komen, wat interessanter is. AI zou het wel sneller kunnen doen, maar soms moet er ook gewoon een menselijke touch in zitten.

Maartje Kerfs:

Voor welke taken zou je AI wel inzetten?

Respondent 2:

Voor data-analyse. Nu moeten we data manueel verzamelen van Google Analytics, Facebook, enzovoort. Dus de campagnes. Alles komt in aparte Excels terecht. Dat zou echt geautomatiseerd kunnen. AI kan daar volgens mij een groot verschil maken.

Maartje Kerfs:

Je gebruikt dus vooral ChatGPT. Waarom heb je specifiek voor die tool gekozen?

Respondent 2:

Omdat die het bekendst was, en makkelijk. Er komen constant nieuwe tools uit, maar ChatGPT was de eerste die ik gebruikte, en daar ben ik bij gebleven.

Maartje Kerfs:

Wat zijn de grootste voordelen van ChatGPT?

Respondent 2:

Inspiratie en herschrijven. Heel handig als je zelf even vastzit.

Maartje Kerfs:

Zijn er nadelen aan ChatGPT?

Respondent 2:

Ja, vooral dat het niet up-to-date is in de gratis versie. Bij de betalende versie zal het beter zijn, maar je moet er wel in willen investeren.

Maartje Kerfs:

Heb je ooit een AI-tool geprobeerd die je nu niet meer gebruikt?

Respondent 2:

Nee.

Maartje Kerfs:

En hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts?

Respondent 2:

Ik probeer zo specifiek mogelijk te zijn. In de prompt vermeld ik zeker zaken zoals de schrijfstijl, de tone of voice, de doelgroep, hoe lang de tekst mag zijn en soms ook achtergrondinformatie. Als het over een externe partner gaat, voeg ik daar wat extra uitleg aan toe: waar ze mee bezig zijn en waar ze gevestigd zijn. Kortom, ik geef zoveel mogelijk context om een goed resultaat te krijgen.

Maartje Kerfs:

Gebruik je dan volzinnen of eerder kernwoorden?

Respondent 2:

Dat hangt ervan af. Niet altijd volzinnen, soms gewoon kernwoorden. Het varieert een beetje.

Maartje Kerfs:

Zijn er binnen jouw afdeling bepaalde afspraken of systemen rond prompten?

Respondent 2:

Nee, daar zijn we eigenlijk nauwelijks mee bezig. Iedereen doet zijn eigen ding. We werken niet echt als team aan prompts.

Maartje Kerfs:

Zou je het handig vinden als er wel zo'n systeem bestond?

Respondent 2:

Misschien wel, ja. Vooral als er een gedeeld platform zou zijn waarin de basisinformatie al ingevuld staat. Dan kan iedereen vertrekken vanuit dezelfde fundamenteën: dezelfde tone of voice, dezelfde doelgroep, enzovoort. Dat zou veel efficiënter zijn.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 2:

Ja, af en toe. Je typt dan iets helemaal uit, maar je krijgt niet terug wat je bedoelde. Soms zit het idee wel in je hoofd, maar krijg je het niet juist geformuleerd. En ChatGPT denkt dan niet echt met je mee. Dat kan frustrerend zijn.

Maartje Kerfs:

Ken je bepaalde tips of tricks om beter te prompten?

Respondent 2:

Ja: zo specifiek mogelijk zijn, duidelijk zijn in wat je vraagt. Dat helpt altijd.

Maartje Kerfs:

Stel dat je AI gebruikt om een tekst voor sociale media te schrijven. Hoe zou je dat aanpakken?

Respondent 2:

Dat hangt af van het onderwerp. Als het bijvoorbeeld over een partner gaat, geef ik achtergrondinformatie of gebruik ik de productfiche. Ik vermeld ook hoe lang het tekstje mag zijn, op welk kanaal het moet verschijnen (zoals Facebook of Instagram), welke tone of voice gewenst is, wie de doelgroep is, of er emoji's mogen gebruikt worden... Ik steek er echt veel informatie in. Dan komt er meestal iets bruikbaars uit waarmee ik verder kan werken.

Maartje Kerfs:

Zou je AI aanraden aan collega's binnen jouw afdeling? En welke tools of tips zou je dan meegeven?

Respondent 2:

Dat hangt ervan af aan wie. Voor collega's in communicatie is het zeker nuttig. Ik zou dan aanraden om zo specifiek mogelijk te zijn, en om altijd de basisinformatie van Visit Limburg mee te geven, zodat ChatGPT weet in welke context het iets moet schrijven. Zelf gebruik ik enkel ChatGPT, dus dat is ook de enige tool die ik kan aanbevelen.

Maartje Kerfs:

Oké, dan ga ik nog een samenvatting proberen te geven van het interview. Je gebruikt dus vooral ChatGPT en voor de rest eigenlijk geen andere tools. Je probeert wel al heel duidelijk te zijn in je manier van prompten en zoveel mogelijk context te geven om een betere output te krijgen. Is er nog iets belangrijks wat ik vergeten ben?

Respondent 2:

Nee, ik denk het niet. Alleen dat je wel moet opletten met vertrouwelijke of persoonlijke informatie. Die geef je beter niet mee aan ChatGPT. En je mag ook niet alles letterlijk overnemen. Het is een handige tool voor ideeën en inspiratie, maar je blijft er best kritisch bij.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook om informatie op te zoeken over een onderwerp?

Respondent 2:

Nee, dat doe ik eigenlijk nog steeds via Google. Ik ben een beetje old school daarin. Veel mensen stellen vragen aan AI, maar dat heb ik nog niet echt gedaan.

Maar als ik ideeën nodig heb voor een bepaalde campagne, vraag ik dat wel soms. Bijvoorbeeld om ideeën op te doen of om te zien wat concurrenten al gedaan hebben.

Maartje Kerfs:

Dank je wel voor het interview!

Respondent 2:

Graag gedaan.

Respondent 3 (Webmaster)

Maartje Kerfs: Kan je jouw functie binnen Visit Limburg uitleggen?

Respondent 3: Ja, ik ben webmaster. Dus ik beheer de website en ben ook verantwoordelijk voor het achterliggende design.

Maartje Kerfs: Was dat altijd al jouw functie binnen Visit Limburg?

Respondent 3: Ja, ik werk hier nu bijna vier jaar, altijd als webmaster.

Maartje Kerfs: Heb je nog eerdere ervaring met communicatie, zoals een opleiding of een vorige job?

Respondent 3: Ja, ik heb een half jaar bij VTM gewerkt. Daarna bij een firma die interactieve applicaties maakte voor tv. Daar kwam ook wat marketing bij kijken. En ik heb ook nog in een reclamebureau gewerkt.

Maartje Kerfs: Was je toen ook altijd met het technische aspect bezig, zoals websites?

Respondent 3: Ik heb me altijd beziggehouden met design en techniek. Toen het internet net opkwam, in 1996 ongeveer, ben ik erin meegegaan. Voor mij vullen design en techniek elkaar mooi aan. Al interesseert me ook heel sterk.

Respondent 3: Ja, dat interesseert me heel sterk.

Maartje Kerfs: Kan je in je eigen woorden uitleggen wat AI is?

Respondent 3: AI is een soort slimme database die gebaseerd is op grote hoeveelheden data. Je kan daar vragen aan stellen via prompts. Dat is heel simpel uitgelegd. In 2000 las ik een boek van Ray Kurzweil over AI, "Het tijdperk van de levende computers". Wat hij toen beschreef – zoals dat computers creatieve dingen konden doen – leek toen ver weg. Maar nu zie je dat AI beelden en video's kan genereren, wat toch een vorm van creativiteit is. Wat hij toen voorspelde, wordt nu werkelijkheid. Bijvoorbeeld het idee dat je ooit je brein zou kunnen downloaden.

Maartje Kerfs: Gebruik je AI ook voor je werk?

Respondent 3: Ja, bijvoorbeeld bij het uitschrijven van een bestek voor een nieuwe website. Ik had designs gemaakt en die in AI-tools geüpload. Groq bijvoorbeeld analyseert je design en beschrijft het. Dat is echt indrukwekkend.

Maartje Kerfs: Wordt AI standaard binnen jouw afdeling gebruikt, of gebruik je het individueel?

Respondent 3: Ik gebruik het individueel. Ik zit wel in team communicatie, maar ik ben de enige die technisch is. De anderen gebruiken AI eerder voor copywriting. Ik gebruik het anders. Privé experimenteer ik veel met tools voor beeld- en videogeneratie. In onze sector, toerisme, wil je authentiek communiceren. Je gaat geen AI-foto's van natuur gebruiken – je wil de echte natuur tonen. Maar voor design, zoals een icoon, kan AI handig zijn voor inspiratie.

Maartje Kerfs: Wanneer gebruik je AI tijdens een opdracht? Voor inspiratie, uitvoering of controle?

Respondent 3: In elk stadium eigenlijk.

Maartje Kerfs: Wat zijn volgens jou de grootste voordelen?

Respondent 3: Het gaat veel sneller. Vroeger moest je alles zelf opzoeken via Google. Nu geef je tien links aan DeepSeek, en die vat het samen. Dat bespaart veel tijd.

Maartje Kerfs: En nadelen?

Respondent 3: Niet echt. Natuurlijk is niet alles 100% accuraat. Ik schat dat 80% goed is, 20% minder. Maar die kwaliteit verbetert enorm snel. Vroeger had je veel hallucinaties, nu veel minder.

Maartje Kerfs: Zijn er taken die je liever zonder AI doet?

Respondent 3: Ja, ik begin vaak met mijn eigen ideeën bij brainstormen en gebruik dan AI om verder te zoeken of om inspiratie te krijgen. AI is voor mij een tool.

Maartje Kerfs: Welke AI-tools gebruik je?

Respondent 3: Van alles wat: DeepSeek, ChatGPT, Claude... Sommige modellen zijn beter voor programmeren, zoals Claude. Er zijn ook reasoning-modellen, andere zijn goed in research. Je hebt ook multimodale modellen die tekst, beeld en video combineren – dat is echt krachtig. Wat de laatste dagen heel trending is, is Manus. M-A-N-U-S. Dat systeem lijkt nog slimmer dan sommige dingen die OpenAI op de markt brengt. En waar zij dan honderdduizend dollar voor vragen aan bedrijven, is Manus gewoon gratis beschikbaar. Het gaat ook echt snel allemaal, die evolutie. De concurrentie is moordend. Je kent natuurlijk ChatGPT van OpenAI – dat is zo'n beetje de standaard. Maar dat kost dan miljoenen om iets mee te bouwen. En dan ineens komt er een speler als Deepseek, die veel minder vraagt. Zo steken ze elkaar constant de loef af. Wat ook opvalt: Amerika levert enorm goede kwaliteit, maar ze remmen zichzelf ook wat af als het gaat om ethische kwesties. Terwijl in China het allemaal een stuk losser lijkt te gaan. Daar lijkt alles gewoon veel sneller te gebeuren. En vaak zijn de tools daar ook nog eens gratis. Als je het een beetje volgt, zie je dat er continu nieuwe modellen en functies verschijnen. Meestal beginnen die als papers waarin een heel concept wordt uitgelegd. Ik volg dat via een paar YouTube-kanalen, en het valt me echt op hoeveel van die papers van Chinese auteurs komen.

Dan denk ik: wat doen wij eigenlijk nog in het Westen? Het zijn stuk voor stuk Oosterse namen – ik zeg maar 'Oosters', want ik weet natuurlijk niet of ze allemaal Chinees zijn.

Maar het is hoe dan ook heel indrukwekkend.

Maartje Kerfs: Heb je een voorkeur van tool?

Respondent 3: Niet echt. Ik gebruik wat op dat moment het beste werkt. DeepSeek en Groq 3 zijn recent heel goed. Soms hangt het af van gebruiksgemak.

Maartje Kerfs: Kreeg je toegang tot een betaalde AI-tool via Visit Limburg?

Respondent 3: Nee.

Maartje Kerfs: Zijn er tools met duidelijke nadelen?

Respondent 3: Niet echt. Ik probeer gewoon verschillende dingen en kijk wat het beste werkt.

Ik ben grafisch designer van opleiding. Dat doe ik heel graag. Ik werk veel met de klassieke Adobe-tools zoals Photoshop en InDesign.

Er zit ook AI binnen die tools. Vooral in Photoshop is AI steeds meer geïntegreerd. Je merkt echt het verschil in tijdswinst. Vroeger moest je bijvoorbeeld met de hand een fiets uit een foto knippen – super omslachtig, vooral met die spaken. Nu druk je gewoon op een knop en de fiets is perfect uitgeknipt. Wat vroeger uren of zelfs dagen duurde, doe je nu in een paar minuten.

Maartje Kerfs: Dat is wel indrukwekkend. Zijn er ook tools die je geprobeerd hebt maar uiteindelijk niet meer gebruikt?

Respondent 3: Niet echt. Je probeert natuurlijk van alles uit en kijkt wat het beste werkt op dat moment. Maar het blijft een kwestie van experimenteren. Op het werk is daar niet heel veel ruimte voor, dus het gebeurt vooral in m'n eigen tijd. Ik ben wel een voorstander van AI op het werk. Als je het zelf niet doet, doet een ander bedrijf het wel. Maar hier bij ons, als overheidsbedrijf, is er niet echt een innovatiedrang. In de privé is er meer vrijheid.

Maartje Kerfs: Dat snap ik. Hoe schrijf jij prompts? Gebruik je bijvoorbeeld altijd volzinnen of werk je met kernwoorden?

Respondent 3: Meestal in zinnen, maar niet echt volledige paragrafen. Gewoon duidelijk en gericht. Sommige tools geven dan ook suggesties of bouwen verder op je vraag. Zo kun je steeds dieper in een onderwerp duiken.

Maartje Kerfs: Mareike zei dat zij echt schrijft alsof ze tegen een persoon praat. Doe jij dat ook?

Respondent 3: Ja, eigenlijk wel. Ik probeer de context goed te schetsen en als ik merk dat het antwoord niet in de juiste richting gaat, verfijn ik mijn prompt. Vroeger had elk AI-model zijn eigen stijl van prompten, maar tegenwoordig werkt gewone spreektaal eigenlijk ook heel goed.

Vroeger kon je best in het Engels prompten, maar tegenwoordig gaat het ook goed in het Nederlands.

Maartje Kerfs: Ah, dus moet je niet in het Engels prompten voor de beste resultaten?

Respondent 3: Ik bedoel als je vroeger de beste en gedetailleerde antwoorden wou, bijvoorbeeld voor research, dan kon je best in het Engels prompten, doordat de modellen werken op basis van een Engelse database. Maar tegenwoordig... AI redeneert in het Engels en vertaalt het resultaat terug naar het Nederlands.

Maartje Kerfs: Heb je binnen jouw afdeling regels of systemen rond het gebruik van prompts?

Respondent 3: Nee, eigenlijk niet.

Maartje Kerfs: Oké, en loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 3: Nee. Het feit dat je nu gewoon in het Nederlands kunt prompten is echt een verbetering.

Maartje Kerfs: Heb je tips en tricks om beter te prompten?

Respondent 3: Niet echt. Ik doe maar wat. En als je het niet weet, kun je het aan de AI zelf vragen. Die geeft je vaak betere tips dan ik zou kunnen.

Maartje: Gebruik je AI ook om te coderen?

Respondent 3: Af en toe. Bijvoorbeeld om een kleine tool te maken voor huisstijlkleuren. Dan hoef je niet telkens in Photoshop te testen, maar bouw je gewoon een kleine app die je helpt met het combineren van kleuren en lettertypes. Dat is veel efficiënter.

Heb je al gehoord van AI-agents die samen een project kunnen managen? Ik heb er al filmpjes van gezien. Je geeft dan een prompt en de ene AI-agent werkt als projectmanager, de andere als programmeur. Ze communiceren met elkaar en bouwen samen een oplossing. Heel indrukwekkend, al heb ik dat zelf nog niet gedaan.

Maartje Kerfs: Zou dat iets kunnen betekenen voor Visit Limburg?

Respondent 3: We programmeren hier zelf niet zoveel, maar voor degenen die websites ontwikkelen zou dat echt een enorme hulp zijn. Vroeger werkte ik ook met programmeurs, en als dit toen had bestaan... dat had alles veel eenvoudiger gemaakt. AI kan het werk van programmeurs deels overnemen, denk ik.

Maartje: En je kan dus het huisstijlhandboek uploaden in AI, zodat die er rekening mee houdt?

Respondent 3: Ja, zeker. Ik had gewoon een overzicht geupload met kleuren, lettertypes, enzovoort, en op basis van mijn prompt hield de AI daar rekening mee. Dat werkt verrassend goed.

Maartje Kerfs: Dan ga ik nog een afrondende vraag stellen. Zou je AI aanraden aan collega's? Zo ja, welke tools zou je aanraden en welke tips over prompts zou je geven?

Respondent 3: Ja, absoluut. Welke tools ik zou aanraden? Dat hangt af van wat ze doen. De meesten schrijven hier veel, dus misschien ChatGPT of iets gelijkaardigs. Je hebt ook tools zoals Monica, een AI-omgeving waarin je meerdere modellen kunt aanspreken, zoals ChatGPT, Claude, of Groq. Daarmee kun je ook beelden of video's genereren, zelfs pdf's analyseren. Dat wil ik binnenkort ook eens proberen, zeker omdat wij hier handleidingen maken voor toeristische partners. Dan wil ik een pdf uploaden en kijken of die dat kan verbeteren.

Ik denk dat er ook een toekomst is voor AI-voicechat. Stel dat iemand belt met een vraag, dan kan een AI-agent die beantwoorden. Op websites heb je al chatbots, maar AI-voice kan nog veel verder gaan. Ik zag een demo waarbij je echt met een AI kon praten, die zelfs diepgaande vragen aankon en filosofeerde alsof je met een mens sprak. Ik zal die naar je doorsturen.

Maartje Kerfs: Dat is goed! En kan je tips geven over prompts?

Respondent 3: Nee, ik denk ook wel, je kan aan AI vragen "Op welke manier prompt ik het beste?" en die gaat je tips geven. Dus die gaat beter tips geven dan dat ik tips zou geven.

Maartje Kerfs: Dan ga ik nog een korte samenvatting geven van het interview.

Dus je gebruikt wel AI voor je werk. Daarvoor gebruik je meerdere tools. Per tool probeer je uit te zoeken wat het beste werkt, maar het is niet dat je één specifieke tool altijd gebruikt. Ben je het zowat eens met die samenvatting?

Respondent 3: Ja.

Maartje Kerfs: Is er nog iets dat je wil toevoegen of ben ik nog iets belangrijks rond AI vergeten te vragen, denk je?

Respondent 3: Ik denk het niet.

Maartje Kerfs: Hebben jullie al AI-opleidingen gehad?

Respondent 3: Er was eens een workshop voor toeristische partners en ik heb die meegevolgd. Het was interessant om te horen welke vragen zij hadden. Eigenlijk waren die partners soms al verder met AI dan wijzelf. Het ging dus niet over "hoe gebruik je ChatGPT?", maar echt al iets dieper. Het is blijkbaar meer ingeburgerd dan we denken. Er is ook een krantenartikel verschenen dat bevestigde dat vooral jongeren al erg enthousiast met AI bezig zijn.

Maartje Kerfs: Dat waren al mijn vragen. Dankjewel voor dit uitgebreide gesprek!

Respondent 3: Graag gedaan!

Respondent 4 (coördinator Public Relations)

Maartje Kerfs:

Je bent dus coördinator Public Relations. Kan je nog eens kort jouw taken uitleggen?

Respondent 4:

Ja, als coördinator Public Relations ben ik vooral verantwoordelijk voor de corporate communicatie. Dus eigenlijk alles wat extern gecommuniceerd wordt over de organisatie zelf, over Visit Limburg. Bijvoorbeeld de onderzoeken die we doen, de kennis die we vergaren over de sector. Tijdens elke vakantie wordt er bijvoorbeeld een bevraging gedaan bij onze toeristische partners om te peilen hoe het toerisme in Limburg is verlopen. Die informatie delen we dan extern met de pers. Er komt dus heel wat perscommunicatie bij kijken.

Daarnaast ben ik als coördinator ook verantwoordelijk voor het team Public Relations. In dat team zit een medewerker B2B-communicatie, die vooral rechtstreeks met de toeristische partners communiceert. We hebben ook iemand die verantwoordelijk is voor de vrijetijdspers, zoals de Libelle en Flair, met concrete tips en activiteiten. Dat gaat dan meer over wat er te doen is in Limburg. Wat ik vooral doe, is Visit Limburg als organisatie in de kijker zetten.

Maartje Kerfs:

Heel duidelijk, dankjewel. En was dat altijd al jouw functie binnen Visit Limburg?

Respondent 4:

Ja, maar in het begin was dat iets anders. Eerst werkten we met drie collega's, elk op ons eigen eilandje. Elisabeth, die verantwoordelijk is voor de vrijetijdspers, zat bij het team communicatie. Mareike, van partnercommunicatie, zat bij de partnerwerking. En ik zat bij de ondersteunende diensten. Later hebben we ingezien dat het nuttig zou zijn om die drie eilandjes te bundelen tot één geheel. Zo is het team Public Relations ontstaan.

Maartje Kerfs:

Welke ervaring heb je nog met communicatie? Bijvoorbeeld in vorige jobs of qua opleiding?

Respondent 4:

Ik heb Taal- en Letterkunde gestudeerd, gevolgd door een master in Bedrijfscommunicatie. De jobs die ik nadien deed, zaten altijd in de richting van marketingcommunicatie. Dus ja, ik heb daar wel wat ervaring in.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 4:

Ja, dat begrip ken ik.

Maartje Kerfs:

Kan je eens proberen om dat in je eigen woorden uit te leggen?

Respondent 4:

Artificiële intelligentie... dat is eigenlijk een moeilijke vraag. Ik zal het proberen: het is intelligentie die niet van mensen komt, maar aangeleerd is aan machines. Het probeert menselijke intelligentie na te bootsen, door zelf conclusies te trekken of bepaalde taken uit te voeren.

Maartje Kerfs:

Klopt. En kan je ook enkele voorbeelden geven?

Respondent 4:

Voorbeelden van gebruik? Ja, bijvoorbeeld programma's zoals ChatGPT. Nu weet ik niet goed of dat onder Machine Learning valt, of Language Learning... Maar het zijn programma's die als een soort robot in een interface met mensen kunnen interageren. AI wordt ook op andere manieren ingezet, bijvoorbeeld om processen te vereenvoudigen of als chattool. Er zijn heel veel toepassingen waar ik waarschijnlijk nog maar een fractie van ken. Maar dat soort tools zijn wel het bekendst bij het grote publiek.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI voor je werk?

Respondent 4:

Ja, ik gebruik het bijna dagelijks.

Maartje Kerfs:

Voor welke taken?

Respondent 4:

Heel uiteenlopend, vooral ChatGPT dan. Voor dingen die normaal wat meer tijd vragen. Onlangs had een collega een vraag binnengekregen via het algemene info-adres. Ze wist wat ze ongeveer wilde antwoorden, maar vroeg mij om het te formuleren. In plaats van zelf meteen te beginnen typen, heb ik ChatGPT ingeschakeld. Die gaf een goed antwoord, ik heb dat aangepast en verstuurd. Gaat veel sneller.

Maar bij complexere dingen, zoals een rapport in een persbericht gieten, lukt het me nog niet helemaal. Dan gebruik ik ChatGPT eerder voor inspiratie, of om bestaande tekst beter te verwoorden. Maar om echt een volledig persbericht te laten schrijven, werkt het nog niet goed voor mij. Dat ligt waarschijnlijk ook aan hoe ik mijn vragen stel.

Maartje Kerfs:

Je werkt ook mee aan het partnerevenement, klopt dat?

Respondent 4:

Ja, klopt.

Maartje Kerfs:

Gebruik je daarvoor ook AI? Bijvoorbeeld voor planning of brainstormen?

Respondent 4:

Nog niet heel actief, maar ik heb al gelezen dat het nuttig kan zijn. Bij de voorbereiding van een persmoment bijvoorbeeld, vroeg ik aan ChatGPT of ik iemand best verras met een camera of hen op voorhand aanspreek. Dan gaf ChatGPT mooi de voor- en nadelen van beide scenario's. Dus het helpt wel, een beetje zoals een collega die je om raad vraagt.

Maartje Kerfs:

Gebruik je ChatGPT ook om afbeeldingen te genereren?

Respondent 4:

Dat heb ik al eens geprobeerd, maar ik heb er weinig ervaring mee. Ik had een paar donkere foto's die ik op LinkedIn wilde posten en vroeg aan ChatGPT om ze te optimaliseren. Maar het resultaat was

niet super, dus ik weet niet of ik dat opnieuw zou doen. Misschien stelde ik de vraag gewoon niet goed.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard gebruikt binnen jouw afdeling?

Respondent 4:

Ik denk dat mijn collega's het ook wel gebruiken, maar dat is individueel. We hebben wel een opleiding gevolgd, maar die was redelijk theoretisch. Het is niet zo dat we prompts met elkaar uitwisselen of AI heel gestructureerd inzetten.

Maartje Kerfs:

Ging die opleiding over het schrijven van prompts?

Respondent 4:

Nee, het was eerder een theoretisch kader: wat is AI, wat kan je ermee doen, hoe zou je het in een organisatie kunnen inzetten. Het was niet echt praktisch.

Maartje Kerfs:

Op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht?

Respondent 4:

Vooral voor inspiratie en om teksten te verbeteren of aan te vullen. Soms ook om quotes te bedenken bij een persbericht. Dan geef ik de tekst en vraag ik om uitspraken die bijvoorbeeld passen bij 'fietsen in Limburg' of 'economische impact'. Hoe duidelijker ik de opdracht geef, hoe beter het resultaat. Dat is logisch, dat is bij mensen ook zo.

Maartje Kerfs:

Wat zijn voor jou de grootste voordelen van AI?

Respondent 4:

De snelheid. Dat ik minder lang hoeft na te denken of zoeken naar de juiste woorden. Bijvoorbeeld die mail, dat zou me normaal een half uur gekost hebben.

Maartje Kerfs:

Zijn er ook nadelen?

Respondent 4:

Ja, zeker. De output van ChatGPT gebruik ik nooit letterlijk, ik lees het altijd grondig na. Je merkt snel wanneer teksten niet zijn aangepast. Ze zijn vaak generiek, met veel adjectieven en standaardstructuren. Bijvoorbeeld: "De drie belangrijkste troeven zijn natuur, erfgoed en cultuur." Dat soort dingen lees je overal. Het voelt niet persoonlijk of origineel aan.

Maartje Kerfs:

Hoe zit het met de betrouwbaarheid?

Respondent 4:

Daar moet je echt mee opletten. Als je zomaar iets vraagt, kan het fout zijn. Zeker bij specifieke vragen over personen of organisaties. Daarom vraag ik vaak de bron van de informatie.

Maartje Kerfs:

Zijn er ook taken die je bewust zonder AI uitvoert?

Respondent 4:

Ja. Bijvoorbeeld LinkedIn-posts. Vroeger vroeg ik die aan ChatGPT, maar nu schrijf ik die eerst zelf en laat ik ze dan optimaliseren. De originele versie is dan veel authentieker. Als je ChatGPT het meteen laat schrijven, krijg je zo'n eenheidsworst.

Maartje Kerfs:

We hebben al vooral over ChatGPT gesproken. Zijn er nog andere AI-tools die je gebruikt? Of andere chatbots?

Respondent 4:

Nee, eigenlijk niet.

Maartje Kerfs:

Oké.

Respondent 4:

Ja, ik moet wel zeggen, als ik iets specifiek nodig heb, heb ik wel eens een andere tool gebruikt om een afbeelding te genereren. Maar dan vraag ik eerst aan ChatGPT welke tools ik daarvoor zou kunnen gebruiken. Dus niet regelmatig ofzo.

Maartje Kerfs:

En waarom heb je specifiek voor ChatGPT gekozen?

Respondent 4:

Ik weet dat, toen het begon, dat de bekendste tool was. Ja, daar ben ik mee gestart en ik heb me er wat eigen mee gemaakt. Daarom is dat hetgeen waar ik naartoe ga.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik. En wat zijn de grootste voordelen van ChatGPT zelf? Is dat ook gewoon omdat je daarmee tijd bespaart?

Respondent 4:

Ah, van ChatGPT specifiek? Ja, dat vind ik moeilijk om te zeggen, omdat ik eigenlijk in andere tools nog niet zo thuis ben.

Maartje Kerfs:

Dat snap ik. Is er nog een AI-tool die je hebt geprobeerd, maar toch niet meer gebruikt?

Respondent 4:

Ja, dat denk ik wel, maar ik zou niet meer kunnen zeggen welke dat was.

Maartje Kerfs:

Oké, geen probleem. En hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts? Probeer je bijvoorbeeld altijd volzinnen te schrijven?

Respondent 4:

Ja, ik merk wel dat er een tijdje was dat ik de tool heb gedeeld met een collega. En ik merkte dat zij heel direct een paar steekwoorden gaf. Toen dacht ik, ah ja, dat is grappig, want ik doe eigenlijk net alsof ik met een persoon aan het chatten ben. Dus ik zeg dan, ik zeg nog net niet hallo, maar ik betrap mezelf erop dat ik dan bijvoorbeeld, als je iets stuurt, ik zeg dankjewel. Maar ik probeer wel, hoe meer context ik schep, hoe duidelijker de output is. Dus ik probeer altijd zoveel mogelijk context te geven. Bijvoorbeeld, ik zeg: "Je bent de voorzitter van Visit Limburg. Je hebt onderstaand persbericht

de wereld ingestuurd. Nu is er een journalist die bijkomende quotes vraagt over dit en dit en dit onderwerp. Wat zou je hierop antwoorden in drie korte zinnen per onderwerp?"

Maartje Kerfs:

Dus je geeft echt een persona aan ChatGPT?

Respondent 4:

Ja, dat probeer ik soms wel te doen. Soms is dat wat moeilijker, bijvoorbeeld als je kijkt naar de LinkedIn-pagina van Visit Limburg. Wie spreekt daar? Visit Limburg is een organisatie, dus dat is al wat moeilijker. Ik probeer gewoon voldoende context te geven en te zeggen wat het doel van de tekst is en wat we ermee willen bereiken.

Maartje Kerfs:

Heb je binnen jouw afdeling ook bepaalde regels of een systeem meegekregen over hoe je moet prompten?

Respondent 4:

Nee.

Maartje Kerfs:

En loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 4:

Eerlijk gezegd, ik weet gewoon niet wat de standaard is. Ik weet niet goed hoe andere mensen dat doen en wat de juiste manier is om dat te doen. Ik heb nog niet veel voorbeelden gezien van hoe andere mensen dat doen, behalve als ik een account deelde met een collega, dan zag ik dat wel.

Maartje Kerfs:

En heb je al enkele tips en tricks meegekregen over hoe je moet prompten?

Respondent 4:

Wat ik net al zei: je moet de persoon meegeven die aan het woord is. Hoe meer context je geeft, hoe duidelijker het wordt.

Maartje Kerfs:

En stel dat je AI gebruikt om bijvoorbeeld het voorwoord van het jaarverslag te laten schrijven. Hoe zou je dat dan concreet ingeven?

Respondent 4:

Wat ik meestal doe, is dat ik altijd iets heb, bijvoorbeeld enkele teksten van het jaarverslag. Dus ik zou bijvoorbeeld het jaarverslag dat ik al heb meegeven en dan zeggen: "Kijk, hier is het jaarverslag. Ik wil in naam van de directeur en de voorzitter een voorwoord schrijven. In dat voorwoord mag het taalgebruik als volgt zijn." Dan zou ik zelfs het voorwoord van vorig jaar meegeven om de tone of voice duidelijker te maken. En ik zou de onderwerpen meegeven die behandeld moeten worden in dat voorwoord. Zo zou ik dat aanpakken. Wat dan meestal gebeurt, is dat er iets van output komt. Soms pas ik dat volledig aan, dan blijft er eigenlijk bijna niks meer van over. En ter controle zet ik dat dan nog eens in ChatGPT en zeg: "Kijk, dit is mijn voorwoord. Hoe zou je die tekst vlotter maken of optimaliseren?"

Maartje Kerfs:

Ja, dan zijn we zo goed als aan het einde van het interview. Dus dan ga ik nog een afrondende vraag stellen. Zou je een collega binnen jouw afdeling aanraden om AI te gebruiken? Zo ja, welke tools zou je aanraden en welke tips over prompten zou je geven?

Respondent 4:

Oké, ik zou het zeker aanraden om tijd te besparen en om ook eens kritisch naar je eigen teksten te kijken. Nu bijvoorbeeld, heel specifiek voor Elisabeth denk ik dat dat wat moeilijker is. Elisabeth doet vrijetijdspers, dus zij krijgt ook heel vaak de vraag van de pers, bijvoorbeeld: wat zijn de nieuwste terrasjes of wat zijn de beste terrasjes aan het water? Ik denk dat als je zo'n vraag aan ChatGPT stelt, dat je nooit een volledig of zelfs maar betrouwbaar antwoord zou krijgen. Dus dat is moeilijker voor haar. Waar zij het wel zou kunnen gebruiken, is bijvoorbeeld voor briefings aan influencers, dat is heel repetitief werk. Dat zouden ze wel kunnen gebruiken om die briefings wat te automatiseren. Of om bijvoorbeeld voor een persreis de planning eens aan ChatGPT te laten zien en te zeggen: "Is dit haalbaar?" Dat denk ik wel dat zou kunnen lukken. Dus op die manier zou ik dat wel als tip geven. Wacht, wat was de vraag ook alweer? Welke tips zou ik nog moeten geven?

Maartje Kerfs:

Zou je een specifieke tool aanraden en welke tips?

Respondent 4:

Ja, ik kan alleen maar ChatGPT aanraden, omdat ik dat alleen maar gebruikt heb. En de tip die ik zou geven is om zoveel mogelijk context te geven. En om zo duidelijk mogelijk te brieven, maar eigenlijk is dat hetzelfde als mensen brieven. Hoe meer context je geeft, hoe meer duidelijkheid er is, hoe beter de output ook is.

Maartje Kerfs:

Ja, dan ga ik nog een korte samenvatting geven van het interview. Jij gebruikt ChatGPT voornamelijk voor inspiratie en ook wel voor controle, maar niet echt om een hele tekst te laten schrijven bijvoorbeeld.

Respondent 4:

Nee, ik heb dat al geprobeerd, maar dat is toch niet helemaal wat ik zoek.

Maartje Kerfs:

Maar je zet het dus wel in voor creatieve taken, dus voor taalkundige opdrachten, zal ik zeggen, maar niet echt om dan concrete informatie aan te vragen?

Respondent 4:

Nee, dat doe ik eigenlijk niet, dat klopt.

Maartje Kerfs:

Ben je het eens met die samenvatting die ik net gaf?

Respondent 4:

Ja.

Maartje Kerfs:

Is er nog iets dat je wilt toevoegen of ben ik nog iets vergeten te vragen tijdens het interview, denk je?

Respondent 4:

Nee, ik denk het niet.

Maartje Kerfs:

Want jullie werken niet echt met een database, dat is dan...

Respondent 4:

Dat is eerder backoffice die met databases werkt.

Maartje Kerfs:

Dankjewel voor het interview.

Respondent 4:

Graag gedaan.

Respondent 5 (medewerker Communicatie)

Maartje Kerfs:

Wat is jouw functie binnen Visit Limburg?

Respondent 5:

Ik werk vooral als copywriter binnen het communicatieteam print. We hebben zowel een online als printteam, maar ik zit voornamelijk bij print. Dat betekent dat ik vooral schrijf voor *Gast* magazine. Maar er zijn ook andere printpublicaties, afhankelijk van wat er ingekocht wordt. Soms is dat een stuk voor de krant of iets over zakelijk toerisme.

We ondersteunen ook af en toe online, dan schrijven we bijvoorbeeld blogberichten. Mijn rol draait vooral rond schrijven, maar ook het opvolgen ervan, en het contact met partners – zoals voor *Gast* magazine, waar we redactionele content en interviews doen, of dingen zelf gaan uittesten.

We hebben daarnaast ook korte content die wordt ingekocht en in de catalogus staat. Die catalogus maken we samen met het communicatieteam – voornamelijk Dorien en Charline – en ik denk ook mee na over nieuwe gastruimtes die interessant zijn voor het publiek. Zo zorgen we voor variatie.

Maartje Kerfs:

Veel creatieve taken dus?

Respondent 5:

Ja, vooral gericht op schrijven. Maar ook de opvolging hoort erbij: teksten opladen in het systeem, wachten op goedkeuring van partners, of aanpassingen verwerken. Maar het is vooral creatief werk.

Maartje Kerfs:

Was dat altijd al jouw functie binnen Visit Limburg?

Respondent 5:

Eigenlijk wel. De vacature was vooral gericht op *Gast* magazine. Ik kwam in de plaats van een collega die vertrok, en dat was toen de hoofdfocus. Ondertussen ben ik daarin verder gegroeid en ondersteun ik ook andere afdelingen, bijvoorbeeld met persberichten, uitnodigingen of brieven. We willen dat copywriting meer gaat leven binnen Visit Limburg.

Maartje Kerfs:

Welke ervaring heb je met communicatie, qua opleiding of vorige jobs?

Respondent 5:

Ik heb Communicatiemanagement gestudeerd aan Hogeschool PXL. Daar heb ik ook les gehad van Joke, voor copywriting. Mijn eerste job was bij Yes Communicatie, een bureau in Hechtel-Eksel. Daar mocht ik van alles proeven: schrijven, sociale media, allround communicatiewerk.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 5:

Ja, dat is me bekend. Ik heb er ook wat over opgeschreven. Voor mij is AI een software die menselijke vaardigheden kan nabootsen. Ze is goed in patronen herkennen in grote hoeveelheden data – iets wat voor mensen moeilijker is. Ze kan bijleren, redeneren, en hoe meer data ze krijgt, hoe slimmer ze wordt. Zo worden automatisaties mogelijk.

Maartje Kerfs:

Kan je ook een paar concrete voorbeelden geven?

Respondent 5:

Heel weinig eigenlijk. Ik denk dan vooral aan wat ik hier zelf gebruik: ChatGPT.

Maartje Kerfs:

Dus je denkt meteen aan chatbots?

Respondent 5:

Ja, eigenlijk wel.

Maartje Kerfs:

Gebruik je ook AI voor je werk?

Respondent 5:

Ja, zeker.

Maartje Kerfs:

Voor welke taken precies?

Respondent 5:

Voor copywriting. Ik schakel het in bij het schrijven van teksten. In het begin was ik kritisch, want ik vroeg me af hoe het zou schrijven. Maar nu gebruik ik het vaker als hulpmiddel. Het helpt me bijvoorbeeld bij het bedenken van synoniemen. *Gast* magazine werkt rond vaste thema's – toeristische attracties, locaties, bezienswaardigheden – en die keren vaak terug.

Om die telkens op een frisse manier te brengen, vraag ik weleens advies aan ChatGPT: een leuke insteek, andere woorden, een creatieve benadering.

Maartje Kerfs:

Gebruik je het ook voor opmaak?

Respondent 5:

Nee, daar ben ik minder mee bezig. *Gast* magazine wordt opgemaakt door een extern bureau.

Maartje Kerfs:

Dus vooral taalkundig?

Respondent 5: J

Ja, of om creativiteit op gang te brengen, bijvoorbeeld bij brainstormen.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard gebruikt binnen jullie afdeling, of eerder individueel?

Respondent 5:

Eerder individueel. Het is niet ingeburgerd. Ik vermoed dat ik het het meeste gebruik.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI tijdens inspiratie, tijdens het maken van een opdracht of bij controle?

Respondent 5:

Vooral bij de eerste twee, dus inspiratie en het maken zelf. Bijvoorbeeld voor synoniemen. Controle zou handig zijn, maar daar gebruik ik het nog niet voor. Ik weet dat het bestaat, maar ik ben er nog niet mee vertrouwd.

Maartje Kerfs:

ChatGPT kan ook teksten controleren op taal, als je dat specifiek vraagt. Ik zal met de experts bekijken of er nog andere tools bestaan.

Respondent 5:

Dat zou fijn zijn.

Maartje Kerfs:

Wat zijn de grootste voordelen van AI bij jouw functie?

Respondent 5:

Variatie! Ik schrijf veel en dan val je snel in herhaling. Daar kan ik niet goed tegen. Ik wil teksten telkens anders brengen, andere woorden gebruiken. Lezers merken dat misschien niet, maar ik zelf wel.

Partners schrijven vaak dezelfde dingen: “unieke ligging”, “vers ontbijt”... Zet tien B&B's naast elkaar, ze zeggen allemaal hetzelfde. Dan laat ik ChatGPT helpen om dat origineler te verwoorden.

Maartje Kerfs: Ben je daar tevreden over?

Respondent 5:

Het is een hulpmiddel. Maar het is niet altijd snel of efficiënt. Soms herhaalt het zichzelf ook veel. Je merkt ook wanneer bedrijven klakkeloos een tekst van ChatGPT gebruiken – die typische zinnen zoals “er ontvouwt zich een landschap van...” komen dan telkens terug.

Maartje Kerfs:

Dus het helpt, maar mist originaliteit?

Respondent 5:

Ja, precies. Variatie, ja. Originaliteit, nee. Ik ben er zeker van dat er betere tools bestaan, maar ik ken ze nog niet.

Maartje Kerfs:

Ervaar je nog andere nadelen?

Respondent 5:

Ja, ook dat het soms foutieve informatie geeft. We zochten ooit een spreker met een link naar natuur en mindfulness voor Gast magazine. Ik vroeg suggesties aan ChatGPT en kreeg namen met zogezegde tv-programma's. Maar toen ik dat ging opzoeken, bleken die mensen niet te bestaan. Alles was verzonnen: de personen, de tv-programma's, de inhoud ervan, de data...

Maartje Kerfs:

Dat is gek, want Siegfried zei dat hallucinaties minder voorkomen. Maar het gebeurt dus toch nog.

Respondent 5:

Dat was voor een vorige Gast editie. Gelukkig dat ik het nog gecheckt heb.

Maartje Kerfs:

Zijn er taken die je liever zonder AI doet?

Respondent 5:

Schrijven. Ik stond er eerst wat sceptisch tegenover – ik dacht: gaat AI onze job afpakken? Maar nu zie ik het echt als een hulpmiddel. Schrijven zelf doe ik het liefst nog zelf, om het menselijke en het gevoel erin te leggen.

Maartje Kerfs:

Dat snap ik. Gebruik je naast ChatGPT nog andere AI-tools?

Respondent 5:

Nee, niet echt. Kan je misschien enkele voorbeelden opsommen?

Maartje Kerfs:

Ken je Copilot, Gemini, Perplexity?

Respondent 5:

Van Perplexity heb ik al eens gehoord, maar ik gebruik het niet. Ik heb ook een paar tools opgeschreven, zoals Copy.ai. Dat lijkt me interessant, maar ik denk dat je daarvoor moet betalen. En bij ons op het werk hebben we geen betalende versie. Dus dat zou al stap 1 zijn. Misschien kunnen ze daar ooit in investeren.

Maartje Kerfs:

Is Copy.ai vooral op schrijven gericht?

Respondent:

Ik denk het wel en dat zou voor mij handig zijn.

Maartje Kerfs:

Heb je een AI-tool geprobeerd die je uiteindelijk niet meer gebruikt?

Respondent 5:

Nee, dat niet.

Maartje Kerfs:

Geen probleem. En hoe ga je eigenlijk te werk bij het schrijven van prompts? Werk je met kernwoorden of schrijf je altijd in volzinnen?

Respondent 5:

Nee, ik ben echt iemand van de volzinnen. Ik probeer ChatGPT ook echt te sturen. Kijk, ik ben copywriter, ik heb al veel ervaring. En als ik dan iets schrijf over toerisme in Belgisch Limburg – wat voor ChatGPT trouwens al belangrijk is – geef ik altijd duidelijk mee voor welk kanaal het bedoeld is, wie de doelgroep is, waar het over moet gaan en wat het resultaat moet zijn. En ik geef vaak ook specifieke richtlijnen, zoals de tone of voice of het maximale aantal tekens.

Ook zeg ik aan ChatGPT dat die in de je-vorm moet schrijven. Wij gebruiken zelden of nooit 'u', dus dat zeg ik meteen. Ik ben vrij uitgebreid in mijn prompts.

Maartje Kerfs:

En gebruik je ook AI voor het genereren van afbeeldingen?

Respondent 5:

Niet echt. Soms gewoon voor het plezier, om te zien wat eruit komt. Maar misschien zit daar op termijn wel potentieel in, bijvoorbeeld voor ons magazine. We hebben bijvoorbeeld de Visit Limburgcheque, en daar hebben we niet altijd beelden van. Dan zou het leuk zijn om een sfeerbeeld te creëren, zoals mensen met een cheque in hun fietsmandje in Haspengouw. Dat soort beelden kunnen we nu niet maken, maar AI zou dat kunnen opvangen.

Maartje Kerfs:

Interessant! Want de anderen zeiden dat afbeeldingen genereren niet gaat om de authenticiteit van landschappen te bewaren. Maar voor de Visit Limburgcheque kan dat zeker. Zijn er binnen jullie afdeling regels of systemen rond prompten?

Respondent 5:

We hebben wel eens een opleiding gehad. Die ging vrij snel de diepte in – misschien iets té technisch voor mij op dat moment. De trainers waren vooral enthousiast over de tools en het technische aspect, maar ik miste een beetje de basis. Wat ik daar wél heel nuttig vond, is het idee dat je tegen ChatGPT echt moet zeggen: “Jij bent copywriter, je werkt al tien jaar in deze sector.” Dat had ik zelf niet zo letterlijk bedacht.

Maartje Kerfs:

En waarom koos je in het begin voor ChatGPT?

Respondent 5:

Goh, vooral de naamsbekendheid. Het voelde het meest vertrouwd. En het is ook gratis met een limiet, in tegenstelling tot veel andere tools die vaak betalend zijn.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 5:

Ja en nee. Mijn prompts zijn vaak heel gedetailleerd, maar ik weet nooit zeker of ik het “goed” doe. Wat is een goede prompt? Wat is de maatstaf? Soms krijg je niet het resultaat dat je in gedachten had. Of dan vergeet ChatGPT dingen die ik eerder heb meegegeven, zoals dat een tekst maar tien regels lang mag zijn. Dan blijf je bezig met bijsturen. Een bijscholing zou dus zeker welkom zijn.

Maartje Kerfs:

Ken je al enkele tips of tricks?

Respondent 5:

Vooraf dat stuk van: zeg expliciet wie ChatGPT moet zijn en wat hij moet kunnen. Maar ik hoop dat de experts daar nog veel meer over kunnen vertellen.

Maartje Kerfs:

Stel dat je een tekst voor *Gast* magazine wil laten schrijven. Wat geef je dan in?

Respondent 5:

Dan zou ik zeggen: “Je bent copywriter bij Visit Limburg, je werkt hier al tien jaar.” Ik voeg dan ook de website toe, zodat ChatGPT de tone of voice en de missie/visie begrijpt. Ik geef ook het doelpubliek mee en het onderwerp – bijvoorbeeld een artikel over het Nationaal Park Hoge Kempen. En als het om een paginagrote foto gaat, vraag ik om een poëtische en inspirerende stijl.

Maartje Kerfs:

Maak je ook gebruik van bijlages, zoals pdf's?

Respondent 5:

Ik heb dat al eens geprobeerd, maar ik vond het resultaat niet spectaculair. Ik gebruik vooral links naar websites.

Maartje Kerfs:

Zou je AI aanraden aan collega's binnen jouw afdeling? En zo ja, welke tools of tips zou je geven?

Respondent 5:

Ja, zeker. Al denk ik dat we allemaal nog veel te leren hebben. We hebben allemaal dezelfde opleiding gehad, dus die tips zou ik geven. Maar de tools zijn nog beperkt. Ik ken ook weinig andere dan ChatGPT, dus ik wil zelf nog meer ontdekken. Maar ik zou het zeker aanraden, mét de waarschuwing: nooit zomaar copy-pasten. Dan verlies je de authenticiteit.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik. Dan ga ik nog een samenvatting geven van het interview. Dus jij gebruikt voornamelijk ChatGPT om inspiratie te krijgen voor teksten en te helpen met variatie daarin. Voor de rest gebruik je nog niet zo heel veel andere AI-tools, maar je zou het wel graag willen. Zoals dan bijvoorbeeld Copy.ai. En bij het prompten ga je heel specifiek te werk. Je geeft veel details, zoals een persona. Ben je het eens met die samenvatting?

Respondent 5:

Ja, helemaal. En ik zou graag tools ontdekken zoals Copy.ai of Jasper AI.

Maartje Kerfs:

Is er iets dat je nog wil aanhalen?

Respondent 5:

Ik hoop dat je met deze bachelorproef een zaadje kan planten. Dat er meer geïnvesteerd wordt in AI-tools, ook betalende versies. En binnen mijn eigen job zou ik het interessant vinden om bijvoorbeeld een tool te hebben die mijn teksten écht nakijkt – niet alleen op taalfouten, maar ook inhoudelijk. Ik zoek eigenlijk een soort schrijfcoach of mentor. Iemand met een hoger schrijfniveau die kan zeggen: hier heb je dit gebruikt, hier een alliteratie.... En ik denk dat het ook per team anders is welke tool het best pas... elk team heeft zijn eigen noden. Iemand anders zal AI willen voor cijfers, zoals de clicks op sociale media.

Maartje Kerfs:

Dat neem ik zeker mee. Heel erg bedankt voor je tijd!

Respondent 5:

Graag gedaan!

Respondent 6 (medewerker Communicatie)

Maartje Kerfs:

Kan je jouw functie binnen Visit Limburg nog eens uitleggen?

Respondent 6:

Ik zit eigenlijk binnen Team Print. Ik ben daar als laatste bij gekomen, al werk ik al heel lang bij Visit Limburg. Maar ik zit nu iets meer dan een jaar in dat team. Dat houdt vooral in dat we bezig zijn met *Gast*, onze hoofdmoot. Binnen het team kijken we altijd wie welke artikels op zich neemt, zoals het redactionele stuk of de ingekochte content. Dat verdelen we eerlijk: wie doet welke reportage, welk dossier.

Daarnaast zijn er ook andere publicaties waarbij we het werk verdelen. Zo heb ik bijvoorbeeld de anderstalige gids opgevolgd en ook de toegankelijkheidsgids. Dat staat een beetje los van *Gast*, maar daar staan natuurlijk onze A- en B-producten in, dus de toppertjes. In de toegankelijkheidsgids focussen we uiteraard op de toegankelijke producten.

Binnenkort ga ik ook de fietskaart doen, dat is nog een aparte publicatie. En ook het fietsinfoboekje dat erbij hoort. De fietskaart zelf wordt vooral extern ontworpen, maar de info die erbij hoort, komt dus in dat boekje terecht.

Daarnaast volg ik ook advertenties op die partners individueel kunnen aankopen, zoals bannercampagnes, affiches op bussen... Dus echt de out-of-home-dingen en online bannering. Voor de rest hangt het af van wat er op dat moment in het team speelt. *Gast* blijft het grootste stuk, maar er komt veel meer bij kijken.

Maartje Kerfs:

En je had het over de anderstalige gids. Schrijf je dan ook in andere talen?

Respondent 6:

Nee, dat doen we via een vertaalbureau. Dat leek ons het veiligste. Engels zou nog wel lukken, maar bij Frans en Duits zou ik zeker fouten maken.

Maartje Kerfs:

En was dit altijd al jouw functie binnen Visit Limburg?

Respondent 6:

Nee, daarvoor heb ik heel lang bij het kenniscentrum gewerkt.

Maartje Kerfs:

Ah, echt?

Respondent 6:

Ja, ik zat daar al vanaf 2012. Meer dan tien jaar dus. Het was tijd voor iets anders. De functie bij communicatie kwam vrij omdat een collega vertrok en dat sloot aan bij mijn studies. Eigenlijk ben ik eerder toevallig in het analytische beland, maar dat interesseerde mij wel, dus ik ben dat blijven doen. Maar op een bepaald moment had ik zoiets van: ik heb het wel gezien. Toen besloot ik om terug te keren naar mijn eerste passie: communicatie. En zo ben ik dus bij Team Print beland.

Maartje Kerfs:

Leuk! Welke opleiding heb je gedaan?

Respondent 6:

Communicatiewetenschappen, aan de VUB dus universiteit.

Maartje Kerfs:

En had je voordien ook al een communicatiejob?

Respondent 6:

Ja, ik ben na mijn studies begonnen bij Luminus. Eerst bij de klantendienst, daarna ben ik analist geworden. Dat was eerder toevallig: ik werkte al op de klantendienst voor een tijdelijk project en toen hebben ze intern gekeken wat er nog beschikbaar was. Zo kwam ik in een analistenjob terecht. Ik maakte daar forecasts voor de callcenters, iets totaal anders dan communicatie dus.

Door die ervaring ben ik dan bij het kenniscentrum van Visit Limburg terechtgekomen, waar het meer over analyse en onderzoek ging. Maar communicatie is onze hoofdmoot als destination marketingorganisatie. We kwamen via onderzoeken dan ook weer in contact met communicatie, bijvoorbeeld bij lezersonderzoek voor *Gast*. Dan moesten we leesbare rapporten en samenvattingen schrijven, en input geven voor persberichten tijdens de vakantieperiode. Heb je daar ook aan meegeschreven?

Maartje Kerfs:

Ja, inderdaad.

Respondent 6:

Dus er zat altijd wel een beetje schrijven in, al was dat niet de hoofdtaak. Dit is eigenlijk mijn eerste échte communicatiejob.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 6:

Ja, ondertussen wel.

Maartje Kerfs:

Kan je proberen om dat uit te leggen in je eigen woorden?

Respondent 6:

Dat is een computer of server die een hogere vorm van interactie heeft dan bijvoorbeeld een Google search. Het systeem gaat slimmer om met je vragen, begrijpt beter wat je bedoelt en geeft dus gerichtere antwoorden.

Maartje Kerfs:

Kan je een paar concrete voorbeelden geven?

Respondent 6:

ChatGPT is waarschijnlijk de bekendste. Ook Snapchat heeft een AI-tool. En dan zijn er natuurlijk de chatbots op websites. Er zijn nog wel AI-websites, maar de namen schieten me even niet te binnen. Zelf gebruik ik ChatGPT het meest.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook voor je werk?

Respondent 6:

Ja. AI voelt het soms een beetje als valsspelen. Ik weet dat dat niet zo is, maar het voelt zo. Ik gebruik het vooral als de inspiratie even op is. Als ik het zelf niet meer vind. ChatGPT zoekt bijvoorbeeld beter

dan ikzelf op Google. Als je gerichte vragen stelt, krijg je vaak ook gerichte antwoorden. AI check ik het wel altijd.

Soms gebruik ik het om andere woorden of synoniemen te vinden. We schrijven vaak over dezelfde producten, dus ik zoek dan een andere invalshoek of tone of voice. Daarvoor helpt ChatGPT zeker.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard gebruikt binnen jouw afdeling of individueel?

Respondent 6:

Ik denk dat het voorlopig individueel is. We kregen wel een opleiding om beter te 'prompten'. Voor schrijvers is het een hulpmiddel om te kijken of een tekst goed zit, of ChatGPT er iets beters van kan maken. De grafische mensen gebruiken het ook, bijvoorbeeld voor beeldgeneratie met Photoshop. Siegfried maakt vaak AI-beelden, bijvoorbeeld voor de vakantiecheck of voor kerst. Zoiets is sneller én goedkoper dan een fotoshoot.

Maartje Kerfs:

Jullie hebben dus geen betalende versie gekregen?

Respondent 6:

Nee, niet dat ik weet.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook bij het nalezen van teksten?

Respondent 6:

Voor mij is het vooral inspiratie. Misschien zou ik het wel meer moeten gebruiken ter controle, maar meestal vertrouwen we op onze eigen eindredactie. Meestal leest een collega de teksten na. We schrijven veel losse stukjes en als alles samenkomt in het magazine, merken we soms herhalingen. Dat halen we er dan zelf uit. AI gebruiken daarvoor is moeilijker omdat we in brokjes werken.

Maartje Kerfs:

Wat zijn de grootste voordelen?

Respondent 6:

Het is echt een kickstarter als je vastzit. Je laat ChatGPT wat voorstellen doen en dan kan je weer verder. Het gebeurt zelden dat ik letterlijk iets overneem. Zeker voor wervende toeristische teksten komt er vaak iets generisch of overdreven enthousiast uit. Maar je kan er wel altijd mee verder.

Maartje Kerfs:

En nadelen?

Respondent 6:

De informatie is niet altijd correct. Dat ligt soms ook aan websites van gemeenten die niet up-to-date zijn. Voor algemene beschrijvende teksten vertrouw ik AI wel. Maar voor dingen als data of evenementen moet je het zeker nakijken. AI valt ook vaak in herhaling, zeker bij enthousiasmerende teksten. Dan zet ik in de prompt dat dat niet mag. Je moet er sowieso de menselijke toets aan geven, maar dat is op zich geen nadeel. Het is vooral handig dat het bestaat.

Maartje Kerfs:

Maken jullie gebruik van een database voor lezersdata?

Respondent 6:

Ja, voor abonnees wel. Bij Print is dat natuurlijk moeilijker bij te houden, maar het kenniscentrum

doet twee keer per jaar een bevraging. Bijvoorbeeld bij abonnees en mensen die deelnemen aan de wedstrijd in *Gast*. Dat geeft een goed beeld, maar leesfrequentie is moeilijk te meten omdat de gids vaak uitgedeeld wordt.

Maartje Kerfs:

Zou AI daar handig zijn?

Respondent 6:

Dat zit bij het kenniscentrum. Ik weet niet of daar al AI wordt ingezet. Misschien wel voor de analyse van open antwoorden. Toen ik daar nog werkte, probeerde Robin dat soms met ChatGPT, maar toen werkte het nog niet zo goed. Misschien nu wel. Als AI goed werkt, is dat zeker een hulp, want open antwoorden zijn moeilijk te verwerken.

Maartje Kerfs:

Zijn er taken die je liever zonder AI doet?

Respondent 6:

Ja, schrijven doe ik liefst zelf. Soms zit je in de flow en dan gaat het vanzelf. Als ik vastzit, haal ik AI erbij. Maar als het kan, dan liever zonder. Ik vind niet dat AI ons werk moet overnemen. Misschien komt dat ooit, maar nu nog niet. Je merkt online snel of een tekst door AI geschreven is. Mensen kunnen dat verschil nog maken. Dus voorlopig is AI voor mij echt een hulpmiddel.

Maartje Kerfs:

Gebruik je naast ChatGPT nog andere tools?

Respondent 6:

Nee, ChatGPT is degene waar ik het meest op terugval.

Maartje Kerfs:

Is er nog een ander voordeel of nadeel specifiek voor ChatGPT ten opzichte van andere tools? Of is dat moeilijk te zeggen, omdat je weinig andere tools gebruikt?

Respondent 6:

Ja, misschien is er wel een betere tool. Maar ik heb toch de indruk dat ChatGPT het grootste marktaandeel heeft. Dat komt misschien gewoon omdat zij als eerste echt zichtbaar waren bij de opkomst van AI. ChatGPT was de eerste die echt heel bruikbaar was. Dus ik weet het eigenlijk niet zo goed.

Maartje Kerfs:

Dus je gebruikt ChatGPT vooral door de naamsbekendheid?

Respondent 6:

Ja, eigenlijk wel. En ik heb ook de indruk dat mijn collega's bijna altijd ChatGPT gebruiken. Ik denk het ook. Dat is gewoon zo gegroeid.

Maartje Kerfs:

Ken je nog andere tools?

Respondent 6:

Microsoft Autopilot bijvoorbeeld, dat is ook een AI-tool. Maar dat was, geloof ik, betalend? Dus ja, zeker als je gratis geholpen kan worden, denk ik dat ChatGPT de beste optie is, met de meeste mogelijkheden.

Maartje Kerfs:

Is er een tool die je geprobeerd hebt maar uiteindelijk niet meer gebruikt?

Respondent 6:

Nee, ik denk het niet.

Maartje Kerfs:

Oké. Hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts? Werk je met volzinnen of kernwoorden?

Respondent 6:

Vroeger was het heel kort. Maar sinds we die opleiding hebben gevolgd, is het duidelijk geworden dat je echt veel info moet geven. Hoe meer detail, hoe beter het resultaat. Ik heb nu een vrij lange prompt die ik vaak hergebruik. Daarin staat bijvoorbeeld:

"Je bent een ervaren copywriter bij Visit Limburg."

Dan geef ik ook het doelpubliek mee, het type uitgave (zoals een blog, een Instagram-post of het magazine *Gast*), en de tone of voice. Bijvoorbeeld: enthousiast maar niet overdreven, met nadruk op natuurpracht of kindvriendelijkheid, afhankelijk van het doel.

Maartje Kerfs:

En werkt dat goed?

Respondent 6:

Ja, dan komen er echt veel betere dingen uit. Als ik dan vraag om drie voorstellen, dan krijg ik echt goede dingen. Sinds ik dat zo aanpak, is er een grote vooruitgang in de output. Zolang ik die uitgebreide prompt gebruik, komt er heel goede info uit.

Maartje Kerfs:

Zijn er binnen jullie afdeling afspraken of een systeem rond prompten?

Respondent 6:

Nee, dat niet echt. Maar iedereen heeft wel die opleiding gehad, dus iedereen weet nu: hoe beter je prompt, hoe beter de output. De opbouw is meestal hetzelfde: wie ben je, welk doelpubliek, tone of voice, enzovoort.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 6:

Ja, soms weet je niet goed hoe specifiek je mag zijn. Bij ingekochte content kan dat lastig zijn, zeker als je de partner nog niet goed kent. Dan wil je iets specifieks zeggen, maar je weet niet zeker of dat wel klopt met hun visie. Bij partners die we vaak gebruiken zoals Maasmechelen Village, de brug van Vroenhoven of de Nationale Parken, weten we beter wat ze willen. Maar bij kleinere partners moet je zelf dingen opzoeken op hun website bijvoorbeeld.

Maartje Kerfs:

Heb je nog andere tips of tricks om te prompten?

Respondent 6:

Ja, ik vind het handig om na je eerste prompt altijd meerdere suggesties te vragen. Dat zorgt al voor variatie. En als je in dezelfde chat blijft werken, onthoudt ChatGPT je instructies. Zo blijft het resultaat in dezelfde lijn.

Wat ook helpt: als je een specifieke website meegeeft, weet ChatGPT waar hij zich op moet baseren.

Het komt voor dat hij info haalt van andere onbetrouwbare sites. Dat hadden ze ook in de opleiding gezegd en daar had ik zelf nog niet aan gedacht. Het helpt echt om gerichte en juiste info te krijgen.

Maartje Kerfs:

Wat vond je van de opleiding?

Respondent 6:

De opleiding was best lang, met twee enthousiaste AI-geeks. Leuk om naar te luisteren, maar soms was het te theoretisch. Niet alles was toepasbaar op ons werk. Het tweede deel van de opleiding, waar we echt met prompts aan de slag gingen en leerden hoe AI redeneert, dat vond ik dan wel heel nuttig.

Maartje Kerfs:

Stel dat je een tekst laat maken door AI voor het *Gast*-magazine. Hoe pak je dat aan?

Respondent 6:

Dan geef ik mee dat ChatGPT moet schrijven als een ervaren copywriter bij Visit Limburg, in de stijl van Visit Limburg, voor het *Gast*-magazine. Het doelpubliek is dan wat breder, dus daar geef ik iets minder specifieke info over. Ik zeg ook om herhalingen te vermijden, geef een maximum aantal tekens op, en vraag meerdere voorstellen. Dan geef ik ook instructies over de focus: bijvoorbeeld dat het gezinsvriendelijk moet zijn, of past bij een bepaalde seizoen.

Ik zeg er meestal bij dat het niet te enthousiast of te wollig mag zijn. En als er een relevante website is, geef ik die ook mee.

Maartje Kerfs:

Zou je AI aanbevelen aan je collega's?

Respondent 6:

Ja, sowieso. AI is er nu eenmaal. En ik denk niet dat we bang moeten zijn dat het onze job overneemt – zo ver zijn we nog lang niet.

Het heeft geen zin om te blijven zweten op een tekst als het niet lukt. Gebruik het gewoon, en dan zit je vaak weer snel in de flow. Ik zou vooral ChatGPT aanraden.

Photoshop doet ook veel qua beeldgeneratie, dat is handig, maar ik ben daar iets minder fan van, omdat het opdrachten wegneemt van echte fotografen. AI gebruiken we het wel voor heel specifieke dingen. Bijvoorbeeld: ik had een beeld nodig van iemand in een rolstoel aan een eettafel met vrienden, met een Visit Limburgcheque – dat soort beeldmateriaal bestaat bijna niet. Dus dan had Siegfried zo'n beeld gegenereerd, gewoon omdat het snel moest. Maar verder werken we vooral met fotografen. Veel landmarks zijn zo herkenbaar, dat je die toch niet met AI kan genereren.

Dus ja, het is een handige aanvulling. Net zoals ChatGPT dat is. Het helpt, maar je moet het nog altijd zelf doen. Waarom zou je het niet gebruiken als het er is?

Maartje Kerfs:

En qua prompttips?

Respondent 6:

Eigenlijk alles wat ik al gezegd heb: wees specifiek, geef veel details, maak een duidelijke persona en zeg voor wie je schrijft. Dan komt er echt iets goeds uit.

Maar ik denk ook niet dat ik mijn collega's nog veel moet uitleggen, die hebben allemaal die opleiding gehad.

Maartje Kerfs:

Oké, dan ga ik nog een samenvatting geven van het interview.

Respondent 6:

Ja, dat is goed.

Maartje Kerfs:

Dus je gebruikt AI, voornamelijk ChatGPT. Ter inspiratie of voor variatie, maar niet om volledige teksten te genereren, want dan mist het menselijke aspect. Je werkt met gedetailleerde prompts waarin je de persona, doelgroep en tone of voice meegeeft, en soms ook een link naar de juiste website toevoegt. Klopt dat?

Respondent 6:

Ja, dat klopt.

Maartje Kerfs:

Is er nog iets dat je wil toevoegen?

Respondent 6:

Nee, ik denk dat je alles grondig hebt gevraagd. Er valt nog veel te ontdekken, vooral op vlak van andere tools. Maar in de praktijk grijpen we meestal terug naar ChatGPT, omdat we dat al kennen en omdat we er die opleiding rond gehad hebben. Ik denk dat ik me nu minder op prompts moet focussen, maar eerder op welke tools er nog bestaan. Al neem ik zelden de tijd om dat te onderzoeken. Meestal is het gewoon snel iets vragen aan ChatGPT en weer doorwerken. Maar het zou wel interessant zijn om te weten wat er nog allemaal is.

Maartje Kerfs:

Bedankt voor het interview.

Respondent 6:

Geen probleem.

Respondent 7 (medewerker Public Relations)

Maartje Kerfs:

Oké, dus de eerste vraag: kan je jouw functie binnen Visit Limburg nog eens toelichten?

Respondent 7:

Ja, ik ben medewerker Public Relations, maar mijn verantwoordelijkheid ligt vooral bij de vrijetijdspers. Dat is eigenlijk een term die we zelf hebben uitgevonden, omdat er nog geen echte benaming voor bestaat. Wat ik doe: ik maak dagelijks een persoverzicht om te kijken hoe Visit Limburg in de pers verschijnt. Wat wordt er over ons, Limburg en onze partners geschreven? Ook algemene trends in het toerisme neem ik daarin mee.

Daarnaast behandel ik alle aanvragen van journalisten. Dat kan gaan van magazines als *Libelle* of *Dag Allemaal* die tips vragen, tot grotere redacties die iets willen schrijven over Limburg. Maar we werken ook proactief: dan contacteren wij hen met ideeën, bijvoorbeeld voor een citytrip in Hasselt. We sturen ze dan op persreis en proberen zo kansen aan te voelen. Dit jaar ondersteunen we ook de campagne rond 30 jaar fietsroutenetwerk en het Partnerevenement.

Maartje Kerfs:

En was medewerker PR altijd al jouw functie bij Visit Limburg?

Respondent 7:

Nee, ik ben begonnen als medewerker backoffice binnen de partnerwerking, bij Shauny en Karin. Anderhalf jaar geleden ben ik dan geswitcht naar mijn huidige functie.

Maartje Kerfs:

Heb je een achtergrond in communicatie of een opleiding?

Respondent 7:

Nee, ik heb geen communicatieopleiding gevolgd. Ik heb travel management aan Syntra gedaan. Daar zat weinig communicatie in. Wel heb ik bij TUI gewerkt, waar ik groeps- en rondreizen samenstelde voor Amerika en Canada. Ik hielp toen ook mee met hoe die reizen gepresenteerd werden in brochures, dus daar zat wel wat communicatie in. Ik ben er dus eerder in gerold.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 7:

Ja, ik zie AI als technische systemen die je voedt met informatie en die dan steeds beter worden in het teruggeven van bruikbare resultaten.

Maartje Kerfs:

Kan je enkele concrete voorbeelden geven van AI?

Respondent 7:

Bijvoorbeeld: ik zocht een pas van mijn zoontje via Google Foto's en die vond die meteen, omdat hij de tekst op de pas herkende. Dat is AI. Ik denk eigenlijk dat heel veel tools vandaag op AI draaien.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook in je werk?

Respondent 7:

Ja, ik gebruik regelmatig ChatGPT. Om te sparren, teksten na te lezen op fouten, synoniemen te zoeken of teksten zakelijker of wervender te maken. Dat helpt mij echt, omdat ik geen communicatie-achtergrond heb.

Maartje Kerfs:

Dat begrijp ik. Wordt AI standaard binnen jullie afdeling gebruikt of vooral individueel?

Respondent 7:

Ik gebruik het vooral individueel. Soms, als het persoverzicht beperkt is, gebruik ik ChatGPT om te checken of er nog interessante artikels verschenen zijn over toeristische trends, bijvoorbeeld op buitenlandse websites. Zo kom ik op dingen die ik anders nooit zou zien.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook voor het organiseren van persreizen?

Respondent 7:

Nog niet, maar ik zou dat wel eens willen testen. Limburg is niet zo groot, dus we weten meestal goed wat er speelt. Maar misschien kan het wel een meerwaarde bieden.

Maartje Kerfs:

Zou een AI-tool voor persreizen handig zijn, denk je?

Respondent 7:

Ja, op voorwaarde dat die zich goed kan aanpassen aan nicheprofielen. Niet iedereen houdt van fietsen of wandelen, dus we stemmen alles persoonlijk af. Misschien zou het handig zijn om ermee te starten voor fam trips, zoals die van Raquel binnenkort.

Maartje Kerfs:

Op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht? Ter inspiratie, tijdens het maken van de opdracht of ter controle?

Respondent 7:

Eigenlijk vooral voor en na, maar zelden tijdens het schrijven. Misschien zou ik dat meer moeten doen.

Maartje:

Wat zijn de grootste voordelen van AI binnen jouw functie?

Respondent 7:

Voor het persoverzicht is het echt handig. Ik gebruik Belga.Press, waarmee ik alle krantenartikels kan doorzoeken. Die werkt ook met alerts, dus ik krijg meldingen bij bepaalde woorden. Dat is op zich ook AI. Maar Belga.Press dekt niet alles en dan is ChatGPT handig voor de rest.

Maartje Kerfs:

En zie je ook nadelen aan AI?

Respondent 7:

Zeker. Soms klopt de info niet. Bijvoorbeeld: ik vroeg naar restaurants die zonder reservatie werken, en ChatGPT gaf suggesties van zaken zonder reservatie-info op hun site, maar dat betekent niet dat het echt zo is. Je moet dus altijd dubbel checken.

Maartje Kerfs:

Zijn er taken die je liever zonder AI doet?

Respondent 7:

Soms vergeet ik dat ik AI kan gebruiken. Bijvoorbeeld voor briefings aan journalisten. Die zijn vaak heel persoonlijk, dus die schrijf ik meestal liever zelf. Stel nu, jij gaat daar eten en daar lunchen en je gaat die activiteit doen, dan moet ik altijd ook die partners apart vernoemen, met een Instagram-account van op dat moment. Als je dat post, moet je die taggen, en dan moet je die taggen. Dus dat zijn toch van die dingen die ik nog liever zelf doe.

Maartje Kerfs:

Dat snap ik. Gebruik je naast ChatGPT nog andere AI-tools?

Respondent 7:

Belga.Press dus. En in Canva heb ik ook al AI-tools gebruikt om afbeeldingen te genereren, bijvoorbeeld voor de evenementen van mijn vriend. Dat werkte eigenlijk best goed.

Maartje Kerfs:

Waarom gebruik je ChatGPT specifiek?

Respondent 7:

Gewoon omdat ik erover gehoord heb. Ik ken ook Perplexity, Deepseek... maar uiteindelijk vergeet ik vaak dat die bestaan, omdat ik ChatGPT gewoon ben.

Maartje Kerfs:

Zijn er grote verschillen of voordelen tussen ChatGPT en andere tools, volgens jou?

Respondent 7:

Daar heb ik eigenlijk weinig inzicht in.

Maartje Kerfs:

Heb je ooit een AI-tool getest die je uiteindelijk niet meer gebruikte?

Respondent 7:

Ja, Perplexity. We kregen daar een opleiding over, maar ik vergat het gewoon weer te gebruiken.

Maartje Kerfs:

Hoe schrijf je meestal prompts?

Respondent 7:

We hebben geleerd om altijd aan te geven wie je bent of vanuit welk perspectief je schrijft, bijvoorbeeld vanuit Visit Limburg. Ik schrijf meestal volzinnen en probeer altijd goed context mee te geven.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 7:

Voorlopig niet.

Maartje Kerfs:

Stel dat je AI zou gebruiken voor een persreis, hoe zou je dat aanpakken?

Respondent 7:

Ik zou vertrekken vanuit het profiel van de journalist: waarom komt die, hoe lang, actief of niet, welk soort logies, wat voor maaltijden... Hoe specifieker, hoe beter, denk ik.

Maartje Kerfs:

Dan ga ik nog een afrondende vraag stellen. Zou je AI aanraden aan collega's? Zo ja, welke tool zou je aanraden en welke tips over prompts zou je geven?

Respondent 7:

Ja, zeker. Ik zou ChatGPT aanraden. En ik zou hen ook meegeven dat ze goed moeten beschrijven wie ze zijn, wie de organisatie is en in welke context ze iets vragen. ChatGPT onthoudt dat gelukkig wel eens je dat instelt.

Maartje Kerfs:

Dan ga ik zelf ook nog een samenvatting geven van het interview. Dus als ik het goed heb begrepen, gebruik je AI wel voor je werk, maar vooral als inspiratiebron, om achteraf iets te controleren, of om variatie te zoeken. Maar niet echt om de opdracht zelf volledig mee uit te voeren.

Respondent 7:

Klopt.

Maartje Kerfs:

Qua tools gebruik je voornamelijk ChatGPT. Is dat vooral omdat die het meest bekend is?

Respondent 7:

Ja, ik denk dat dat vooral door de naamsbekendheid komt.

Maartje Kerfs:

En als het gaat om prompts, heb ik de indruk dat je al redelijk goed weet hoe je dat moet aanpakken. Dus: veel details geven, voldoende context schetsen, eventueel een persona toevoegen. Klopt dat?

Respondent 7:

Ja, dat vind ik wel.

Maartje Kerfs:

Oké. Wil je zelf nog iets toevoegen? Of denk je dat ik nog iets belangrijks ben vergeten te vragen?

Respondent 7:

Zou je eigenlijk achteraf ook een algemeen beeld kunnen geven van hoe de organisatie ervoor staat?
Bijvoorbeeld: 60% gebruikt al AI, en 40% nog totaal niet ofzo?

Maartje Kerfs:

Ja!

Respondent 7:

Dat is inderdaad wel interessant om te weten.

Respondent 8 (manager Communicatie)

Maartje Kerfs:

Je bent dus manager communicatie. Kan je kort je taken even schetsen?

Respondent 8:

Ik ben inderdaad manager communicatie, samen met Dorien. Mijn focus ligt voornamelijk op de online taken. Ik stuur het online team aan. Dat gaat bijvoorbeeld over het opvolgen van de website, maar ook over het contact met externe partners en bureaus als er zaken gebouwd of opgevolgd moeten worden.

Er komt ook een stuk rond nieuwsbrieven bij kijken. Samen met het team bekijken we welke nieuwsbrieven we uitsturen en ik kijk die dan na zodat alles correct is en er geen foutjes in zitten, bijvoorbeeld in de links. Daarnaast volg ik ook de sociale media op.

In grote lijnen stel ik de online jaarcampagne op: wat brengen we wanneer, zowel online als in print. Dorien en ik stemmen dat op elkaar af. Samen zetten we dus de strategie voor het jaar uit, gebaseerd op het Gastenplan – dat is het grote beleidsplan dat we hanteren.

Doorheen het jaar bekijken we een aantal focusmomenten: wanneer start een campagne, het begin van het jaar, de zomermaanden, het najaar, of specifieke gebeurtenissen zoals de lancering van een nieuwe fietskaart of het 30-jarig bestaan van het fietsroutenetwerk. We zetten alles op een jaarplanning.

Samen met het bureau bepalen we dan de ideale mediamix: welke kanalen schakelen we in om onze boodschap te verspreiden. Ik focus mij vooral op de online component, zowel onze eigen kanalen als externe. Denk bijvoorbeeld aan advertenties via Mediahuis of digitale televisie. Ik zorg dat dat allemaal klopt binnen de mediamix en bekijk ook het benodigde budget voor onze eigen online kanalen en hoe we dat verdelen.

Als we weten welke kanalen we inzetten, plot ik die op de jaarplanning. Daarna vullen we die periodes in met concrete acties, zoals posts op Facebook of Instagram over bijvoorbeeld de zomerpocket. We bekijken telkens hoe we het budget optimaal kunnen inzetten voor zo goed mogelijke resultaten. Daarna kan het team ermee aan de slag gaan, heel operationeel.

Ze gaan dan bijvoorbeeld kijken: we brengen nu een promotiespot, we moeten een landingspagina aanmaken, wat zetten we daarop, wie targeten we? Advertenties worden nagekeken, en ik voer die ook zelf uit – campagnes op Facebook doe ik nog steeds zelf, heel hands-on.

In de dagelijkse werking stuur ik het team aan. Ik werk samen met Siegfried rond de technische kant van de website, bekijk de nieuwsbrieven en volg de sociale media op. Elke maand hebben we een redactieraad waarin we overlopen wat we online brengen. Dat gaat over de campagne, maar ook over redactionele zaken, zoals blogposts rond de paas- of herfstvakantie. We bespreken of er topicals zijn die we moeten inzetten of wat er binnen de online pakketten aankomt.

Ik probeer het volledige online plaatje te overzien. Dat houdt ook in dat we kijken naar gekoppelde socials, of alles klopt, of er geen typfouten zijn, of alles in verband met elkaar staat. En daar komen natuurlijk nog heel wat andere taken bij kijken, maar dit zijn de voornaamste.

Maartje Kerfs:

Dankjewel, een hele boterham. Is "manager communicatie" altijd al jouw functie geweest binnen Visit Limburg?

Respondent 8:

Nee, ik ben begonnen als coördinator digitale marketing, veertien jaar geleden. Mijn taken waren grotendeels vergelijkbaar met nu. Toen stelde Davy, de manager van toen, de grote kanalenmix samen, en werkte ik die uit voor onze eigen kanalen.

Nu doen Dorien en ik dat samen. We zijn dus verantwoordelijk voor het volledige campagneplan en de kanalenmix. We schrijven aanbestedingen zelf uit, beheren het budget zelf en verdelen het. We dragen meer verantwoordelijkheid en moeten bepaalde zaken bijvoorbeeld ook verdedigen in de raad van bestuur, wat vroeger door de manager gebeurde.

Inhoudelijk is mijn job dus niet drastisch veranderd, maar de verantwoordelijkheid wel. Een grote verandering is ook dat we nu elke donderdag in het managementteam zitten, waardoor we meteen over alle informatie beschikken. Vroeger kregen we die via een tussenpersoon.

Maartje Kerfs:

Welke ervaring met communicatie heb je nog, bijvoorbeeld in vorige jobs of via opleidingen?

Respondent 8:

Ik heb communicatiewetenschappen gestudeerd en daarna een postgraduaat digitale marketing gevolgd. Ik heb ongeveer vier jaar gewerkt bij een online marketingbureau als performance marketeer. Daar deed ik van alles: campagnes op Facebook en andere sociale media, Google Ads, SEO (zoekmachineoptimalisatie), rapportages maken via Google Analytics, en contentmarketing, ook met video's. Ik maakte contentbriefings, volgde die op – eigenlijk alles wat met online marketing te maken heeft, heb ik daar geleerd.

Daarna heb ik een jaar bij JBC gewerkt als content manager. Ik volgde de contentcreatie op, onder andere voor brochures of de website. Ik zorgde dat collecties op tijd geshoot waren en dat alle contentuitingen klaar waren.

Daarna werkte ik bij Hyundai als digital marketing coördinator. Ik was daar verantwoordelijk voor de online marketing van twee takken van het bedrijf: enerzijds schaafmachines, anderzijds heft trucks. Denk aan websites, sociale media, nieuwsbrieven, campagnes uitvoeren... En dan ben ik hier terechtgekomen, waar ik nu vier jaar werk. Ik heb dus al heel wat ervaring opgedaan en die komt hier goed van pas.

Maartje Kerfs:

En je opleiding, was dat een bachelor of master?

Respondent 8:

Ik heb zowel een bachelor als een master in communicatiewetenschappen.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 8:

Ja, ik ken het begrip. Toen ik mijn postgraduaat volgde, kwam dat ook al aan bod. Al was dat toen nog vrij vaag. Dat is ondertussen al tien jaar geleden. Ik denk dat AI toen al ver stond, maar voor de doorsnee gebruiker zat het nog in de beginfase. Het klonk allemaal heel futuristisch en ik had toen nog weinig inzicht in hoe dat precies zou evolueren.

Maartje Kerfs:

Kan je in je eigen woorden uitleggen wat artificiële intelligentie is?

Respondent 8:

Voor mij is AI een tool of programma dat zich voedt met data en daaruit verbanden zoekt. Op basis van die data past het algoritmes toe of creëert het algoritmes, om zo voorspellingen te kunnen doen. Die voorspellingen benaderen vaak wat een mens zou doen of denken.

Maartje Kerfs:

Kan je een paar algemene voorbeelden geven van AI?

Respondent 8:

AI zit in veel meer dingen dan we ons realiseren. In je gsm bijvoorbeeld, waar gezichtsherkenning in de foto-app mensen groepeerd. Of op websites die op basis van je klikgedrag andere content tonen. Of websites waar je verkeersborden moet aanduiden om te bewijzen dat je geen robot bent – dat is ook een vorm van AI-training.

Maartje Kerfs:

Gebruik je ook AI voor je werk?

Respondent 8:

Ja, ik gebruik ChatGPT regelmatig, bijvoorbeeld om teksten te schrijven voor Instagram of campagnes. Ik beheer het account 'Logeren in Limburg' nog zelf – dat zijn uitvoerende taken die ik erbij neem om het team te ontlasten. De copy schrijf ik vaak met behulp van ChatGPT, dat is echt handig.

In mijn vrije tijd ben ik ook bezig met fotografie. In Photoshop gebruik ik AI-functies om bepaalde zaken te verbeteren. Dat zijn de belangrijkste toepassingen die ik momenteel gebruik in mijn werk.

Maartje Kerfs:

Wat zijn de voordelen van AI in jouw functie?

Respondent 8:

Vooraf snelheid. Zeker bij het schrijven van teksten voor sociale media helpt het om sneller ideeën te genereren. Anders blijf je soms hangen op een stukje copy. Ik ben zelf geen copywriter, eerder een breder profiel, dus dan is dat echt een meerwaarde.

Ik heb nooit echt copy moeten schrijven in mijn job, maar wel heel veel moeten proeflezen. Copywriting is echt een vaardigheid op zich.

Voor mij is het dus heel handig om iets als AI te hebben. Aan de hand van prompting of via informatie krijg ik al ideeën die mij op weg helpen. Het kan echt een steun zijn om mijn teksten vorm te geven. Of als ik een tekst geschreven heb, kan AI die optimaliseren. Dat is heel gemakkelijk. Ook gewoon om inspiratie op te doen of om mezelf even uit te dagen. Dan denk ik: “Geeft AI mij nog andere ideeën?” Of “Brenkt het dingen naar boven waar ik zelf niet aan denk?” Op dat vlak vind ik het erg handig.

Ik heb onlangs bijvoorbeeld een aanbesteding voor een website moeten uitschrijven. Dan is het makkelijk om AI te gebruiken om wat vragen te stellen en te zien wat eruit komt. Soms krijg je dingen terug waar je zelf nog niet aan gedacht had. Dat geeft extra input.

Maartje Kerfs:

Zijn er ook nadelen aan verbonden?

Respondent 8:

Ja, natuurlijk. Je moet er heel kritisch mee omgaan. Veel mensen gebruiken AI alsof het een zoekmachine is – ik betrap mezelf daar ook op. Maar je moet wel goed nadenken: klopt de output die je krijgt? Kan je dat zomaar overnemen?

En ook qua copy zie je vaak hetzelfde patroon terugkomen. Altijd dezelfde opbouw, veel emoji's, bepaalde zinnen die steeds terugkeren. Dan probeer ik dat eruit te halen en zelf bij te sturen. Het zit in een soort loop en dat maakt het wat minder creatief. Dus ja, kritisch blijven is echt belangrijk. Het kan ook maar wat het kan.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard binnen jullie communicatieafdeling gebruikt of gebruik je het individueel?

Respondent 8:

Ik gebruik het individueel. Volgens mij gebruikt bijna iedereen het wel, maar we hebben geen centrale agent of platform dat we allemaal gebruiken. Iedereen werkt met zijn eigen account, bijvoorbeeld op ChatGPT of iets anders. Siegfried is er bijvoorbeeld heel veel mee bezig in zijn vrije tijd.

We hebben nog geen vaste AI-omgeving waarin het hele team op dezelfde manier werkt.

Maartje Kerfs:

Zou het een goed idee zijn als ik bij experts ga afdelen hoe zo'n omgeving opgezet kan worden?

Respondent 8:

Dat mag je zeker doen. We hebben vorig jaar al een AI-opleiding gehad, gegeven door IO. Daar werd ook aangegeven dat het mogelijk is om bijvoorbeeld binnen ChatGPT een omgeving op te zetten waarin al informatie staat zoals onze missie of tone of voice. Dan vertrekt iedereen vanuit hetzelfde kader. Dat mag je gerust eens onderzoeken, zeker als het gaat over veilig werken met AI.

Maartje Kerfs:

Mag ik ook betalende opties voorstellen?

Respondent 8:

Ja hoor, er zal waarschijnlijk wel een kost aan verbonden zijn als je zoiets voor een heel team of organisatie opzet. Maar het is goed om te weten wat dat zou kosten. Dan kunnen we met Jeroen bekijken of er budget voor is en of het de moeite waard is.

Misschien is het zelfs niet nodig om zo'n omgeving op te zetten, omdat iedereen goed met zijn eigen account werkt. Als het te duur wordt, is het misschien niet haalbaar. Maar onderzoek het gerust.

Maartje Kerfs:

Zijn er ook specifieke taken die je liever zonder AI uitvoert?

Respondent 8:

Ja, bijvoorbeeld advertising op Facebook of Google. Die willen steeds meer AI gebruiken om advertenties automatisch te optimaliseren. Maar mijn ervaring is dat dat niet altijd goed werkt. Ik wil graag zelf de controle houden, alles zelf instellen.

Dat vraagt wel meer werk, je moet veel verschillende advertenties opzetten. Maar dan zie je ook beter wat werkt. Vroeger moest je bijvoorbeeld bij Facebook één advertentie maken met één beeld en één tekst. Nu kun je één beeld uploaden en vijf verschillende teksten, en dan gaat het algoritme zelf kiezen.

Dat geef je deels uit handen. Als ik weinig tijd heb, doe ik dat wel. Maar als ik alles zelf combineer, bereik ik vaak betere resultaten.

Maartje Kerfs:

Gebruik je naast ChatGPT nog andere AI-tools of chatbots?

Respondent 8:

Ja, ik gebruik ook Gemini – vooral privé – en soms Perplexity. Gemini voelt voor mij meer aan als een zoekmachine en gebruikt data van Google. Dus ik heb het gevoel dat de informatie betrouwbaarder is. Perplexity gebruik ik eerder bij technische vragen, zoals iets over de website. Maar niet zo vaak.

Maartje Kerfs:

Waarom koos je dan voor ChatGPT?

Respondent 8:

Door de naamsbekendheid. Dat was de eerste tool die ik gebruikte. Het is ook heel toegankelijk en je kunt er veel vragen aan stellen. Zeker voor tekstschrijven en contentgeneratie vind ik het erg geschikt.

Maartje Kerfs:

Zie je ook nadelen aan ChatGPT?

Respondent 8:

Misschien dat het model vroeger maar data had tot een bepaald jaar. Ik weet niet hoe actueel de informatie nu is. Het blijft een taalmodel, dus het kan enkel wat een taalmodel kan. Bijvoorbeeld bij het creëren van beelden voelt het vaak nog heel kunstmatig aan.

Voor teksten vind ik het ideaal, maar voor beeldvorming zijn er andere tools die beter zijn.

Maartje Kerfs:

Heb je ook een AI-tool geprobeerd die je uiteindelijk niet meer gebruikt?

Respondent 8:

Ja, DALL·E, voor beeldcreatie. Je kon er maar een beperkt aantal beelden mee maken. En ik herinner me nu niet direct nog andere tools.

Maartje Kerfs:

Hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts?

Respondent 8:

Ik schrijf altijd volzinnen en probeer zoveel mogelijk informatie mee te geven. Ik stel me voor dat ik iemand brief die recht voor me zit. Misschien komt dat door mijn functie – ik moet vaak brieven. Dan leer je dat je beter te veel informatie geeft dan te weinig.

Dat heb ik al in mijn eerste job geleerd, bij een agency. Je mag er nooit van uitgaan dat de klant weet wat jij bedoelt.

Maartje Kerfs:

Hebben jullie op de afdeling richtlijnen gekregen over hoe je moet prompten?

Respondent 8:

Ja, tijdens de opleiding werd gezegd dat je zoveel mogelijk context moet geven. Bijvoorbeeld wie je bent, voor welke organisatie je werkt, de tone of voice, enzovoort. Dat helpt echt om betere output te krijgen.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 8:

Niet echt, maar soms moet je telkens opnieuw je basisinformatie erin stoppen. Dan wordt het vervelend. Of je moet opnieuw beginnen als je in een andere richting wil gaan. Dat zijn kleine frustraties.

Maartje Kerfs:

Heb je nog extra tips of tricks voor het schrijven van prompts?

Respondent 8:

Nee, ik denk dat ik er al veel heb genoemd.

Maartje Kerfs:

Stel dat je AI gebruikt voor het schrijven van een Instagram-copy. Wat geef je dan in?

Respondent 8:

Bijvoorbeeld: "Schrijf een leuke copy voor social media, voor Instagram, in de tone of voice van Visit Limburg. Gebruik één emoji. Maximaal zes zinnen. Baseer je op deze input." Dan geef ik zo veel mogelijk informatie over het logies mee. Wat ik dan terugkrijg, gebruik ik als basis om verder te tweaken.

Maartje Kerfs:

Zou je een collega aanraden om AI te gebruiken? En zo ja, welke tools en tips zou je meegeven?

Respondent 8:

Zeker! Zeker in onze afdeling, waar we veel copywriters hebben. ChatGPT zou ik aanraden, omdat het gebruiksvriendelijk is. En ik zou zeggen: stop zo veel mogelijk informatie in je prompt. Denk eraan alsof je een briefing geeft aan een collega. Of draai het om: stel dat jij iets moet schrijven voor iemand, welke info heb je dan nodig?

Maartje Kerfs:

Ik was één vraag vergeten. Mag ik die nog stellen?

Respondent 8:

Natuurlijk!

Maartje Kerfs:

Op welk moment in een opdracht gebruik je AI? Bij inspiratie, tijdens het maken of voor controle?

Respondent 8:

Vooraf tijdens het maken. Wanneer ik echt aan de slag moet of midden in een opdracht zit, dan haal ik AI erbij.

Maartje Kerfs:

Oké, dank je wel! Dan ga ik nog een samenvatting geven van het interview. Je hebt heel wat ervaring in communicatie en gebruikt verschillende tools zoals ChatGPT, Gemini en soms Perplexity. Je weet goed hoe je moet prompten, geeft veel details, de persona en de tone of voice. Klopt dat?

Respondent 8:

Ja, dat klopt.

Maartje Kerfs:

Zijn er nog aspecten die ik niet besproken heb?

Respondent 8:

Misschien wel interessant om te onderzoeken: hoe we AI kunnen inzetten op onze website. Er wordt veel over gesproken. Heel wat bedrijven zeggen: in de toekomst moeten we allemaal iets met AI doen. Zelf ben ik daar nog wat terughoudend in, zeker als het gaat om een chatbot op de website.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik.

Respondent 8:

Vooraf in het begin was het echt zo van: "We moeten een chatbot op de site hebben, zodat mensen daar hun vragen kunnen stellen en meteen een voorstel krijgen." Maar ik weet niet of we al op het punt zijn dat we dat écht moeten doen. Ik denk dat er ook andere manieren zijn waarop we AI kunnen inzetten, niet per se via een chatbot. Dat zou je gerust eens voor mij mogen onderzoeken: hoe zou AI op een andere manier kunnen bijdragen aan de website?

Ik denk dan bijvoorbeeld aan de accountomgeving, waar mensen een profiel aanmaken en een reis kunnen samenstellen. Daar zit volgens mij nog wel wat potentieel. Maar het kan natuurlijk ook op andere manieren.

Als je daar tijd en ruimte voor hebt, mag je dat zeker van mij uitzoeken.

Maartje Kerfs:

Zal ik doen. Heel erg bedankt voor het interview.

Respondent 8:

Graag gedaan! Ik hoop dat je er iets aan hebt.

Maartje Kerfs:

Absoluut.

Respondent 8:

Je gaat veel moeten typen, ik heb veel gebabbeld.

Respondent 9 (expert Grafische Vormgeving)

Maartje Kerfs:

De eerste vraag is: kan je jouw functie binnen Visit Limburg uitleggen?

Respondent 9:

Ik ben grafisch expert bij ons. Ik ben verantwoordelijk voor het visuele. Ik doe opmaak intern of begeleid onze externe bureaus. Ik waak een beetje over de look and feel, zodat we die op een uniforme manier naar buiten brengen.

Maartje Kerfs:

En was dat altijd al jouw functie?

Respondent 9:

Dat is effectief ook mijn opleiding, maar binnen deze organisatie is dat niet altijd voltijds mijn functie geweest. Er zijn ook momenten geweest waarop ik bijsprong in het communicatieluik. Niet zozeer het effectieve tekstschrijven, dat is maar een klein deel geweest. In die tijd werkten we met een extern copywritingbureau. Ik verzamelde dan bijvoorbeeld eerdere teksten van vorig jaar of van partners, en gaf die input door. Daarna schreef de copywriter de tekst, het werd opge maakt door ons communicatiebureau, en ik keek het na. Zo liep dat proces.

Momenteel zit ik opnieuw voltijds op campagnes en vormgeving.

Maartje Kerfs:

En welke ervaring met communicatie heb je verder nog, zoals een opleiding of eerdere jobs?

Respondent 9:

Communicatie is eigenlijk altijd onrechtstreeks verbonden. Het zat ook wel in mijn opleiding, vroeger toch. We kregen een algemene basis daarrond. Maar communicatie in de zin dat ik effectief teksten moest schrijven... Dat heb ik in vorige jobs nooit moeten doen.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 9:

Ik denk dat ik daar wel iets van weet.

Maartje Kerfs:

Kan je proberen om dat in je eigen woorden uit te leggen?

Respondent 9:

In mijn eigen woorden is artificiële intelligentie iets waarbij een computer menselijke handelingen overneemt, dus via een machine. Wat betreft de verschillende soorten generatieve AI en zo, daar weet ik niet zoveel van.

Maartje Kerfs:

En ken je concrete voorbeelden van AI?

Respondent 9:

Het eerste moment waarop AI in mijn wereld kwam, was via sociale media: bijvoorbeeld dat mijn adressen of zoekopdrachten automatisch naar voren kwamen. Dan zorgt de machine ervoor dat ik bepaalde dingen te zien krijg. Zo ben ik ermee in contact gekomen.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook voor je werk?

Respondent 9:

Ja, ik gebruik AI voor administratieve taken en opmaak. Vorig jaar ben ik me er wat meer in gaan verdiepen en heb ik opleidingen gevolgd, vooral rond AI-gestuurde programma's van Adobe. Kleine stapjes, maar ik leer bij.

Zo gebruik ik bijvoorbeeld Adobe Firefly om via prompting beelden te genereren. Dat staat nog in zijn kinderschoenen, zeker voor gezichten – soms krijg je een gezicht dat ondersteboven op het hoofd staat. MidJourney is daarin al verder gevorderd, want die haalt beelden van het hele web. Daar heb ik me nog niet helemaal in verdiept.

Je ziet ook mensen die AI-beelden maken waarvan je denkt dat ze echt gefotografeerd zijn. Zelf gebruik ik AI-tools in Photoshop, InDesign en Illustrator om tijd te winnen, bijvoorbeeld om snel een achtergrond te veranderen of een kledingstuk aan te passen.

Ook Adobe Express gebruik ik, vooral voor het maken van social media-banners in verschillende formaten. ChatGPT gebruik ik dan weer voor e-mails en tekstherwerking – bijvoorbeeld als ik een tekst in een pdf of als foto krijg. Vroeger moest ik dat overtypen, nu doet ChatGPT dat voor mij.

Als ik correcties doorkrijg van het team, laat ik die ook nalezen door ChatGPT. Zeker bij dingen zoals een jaarverslag met veel cijfers is het een extra controle: heb ik alles correct aangepast? Het is mijn virtuele accountmanager, zeg maar.

Daarnaast gebruik ik het ook als ik vastloop. Gisteren nog was er een probleem: een banner die opgemaakt was in pdf moest als dynamische HTML-banner naar de krant. Maar scripting schrijven? Dat is voor mij al twintig jaar geleden. Dus ik maakte de animatie in After Effects, en vroeg aan ChatGPT om de bijbehorende scripting te schrijven. Dat werkte heel vlot.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard gebruikt binnen jullie afdeling of enkel individueel?

Respondent 9:

Individueel.

Maartje Kerfs:

En op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht? Eerder bij de inspiratie, het maken zelf, of de controle?

Respondent 9:

Eigenlijk in alle fases. Ik probeer wel niet altijd in het begin te starten met AI, zeker bij campagneontwikkeling. Dan wil ik eerst zelf nadenken, anders stuurt ChatGPT het al te snel een bepaalde richting uit. Maar zodra ik een idee heb, check ik: zijn er nog andere invalshoeken? Past het bij wat we willen?

Bijvoorbeeld bij een nieuwe campagne met een LED-cube in het station van Antwerpen: als mijn opmaak klaar is, geef ik ChatGPT achtergrondinfo, zoals hoe lang mensen gemiddeld kijken, en vraag ik of het ontwerp voldoet. Soms krijg ik dan tips waar ik nog niet aan dacht.

Maartje Kerfs:

Wat zijn de grootste voordelen van AI binnen jouw functie?

Respondent 9:

Tijdwinst, zonder twijfel. Ik kom nog uit de tijd dat we campagnes met stift en papier schetsten. Nu kan ik supersnel een mock-up maken. Niet iedereen kan een idee visualiseren, dus dan helpt een snelle mock-up om het idee over te brengen. Dat zorgt ervoor dat ideeën minder snel afgeketst worden. Ook bij fotobewerking en opmaak, zoals ik eerder zei, is het een grote hulp.

Maartje Kerfs:

En zijn er ook nadelen aan verbonden?

Respondent 9:

Ja, je moet oppassen dat je niet te snel alles uit handen geeft. AI blijft een machine die zich baseert op wat er al bestaat. Als je echt vernieuwend of out-of-the-box wilt denken, dan kan AI je daar nog niet altijd in verrassen zoals mensen dat doen.

En ergens voel ik ook een soort druk. Iedereen is nu een beetje ontwerper. Vroeger kropen mensen in Word met al zijn beperkingen. Nu heb je honderden apps en tools die heel snel iets moois maken.

Maartje Kerfs:

Zijn er ook nog specifieke taken die je liever zonder AI doet?

Respondent 9:

Ja, als ik een ontwerp vanaf nul begin. Dan wil ik niet dat AI mij vertelt hoe iets eruit moet zien, waar ik tekst moet zetten of welke kleur ik moet gebruiken. Daar vertrouw ik op mijn eigen gevoel, ervaring en stijl.

Maartje Kerfs:

Je noemde al een aantal tools. Zijn er ook tools die je geprobeerd hebt, maar nu niet meer gebruikt?

Respondent 9:

Ja, MidJourney gebruik ik momenteel niet meer. DALL-E heb ik ook eens geprobeerd, maar dat zit nog niet echt in mijn routine. Firefly zit in het Adobe-pakket dat het werk aankoopt, dus die gebruik ik nu standaard. MidJourney is ook betalend, en wij werken voorlopig nog met echte fotoshoots.

Maartje Kerfs:

Hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts?

Respondent 9:

Voor Firefly werk ik met kernwoorden, maar wel gedetailleerd. De eerste woorden zijn heel belangrijk. Niet gewoon “een berg met een fiets”, maar ook sfeer, belichting – zacht licht, tegenlicht, camerapositie... Hoe specifieker, hoe beter.

Voor ChatGPT gebruik ik meestal spraak via mijn gsm. Ik geef hem een duidelijk kader van wat ik verwacht. Zeker voor teksten geef ik ook de gewenste tone-of-voice mee – of het voor de website is, of intern, of voor een collega of de directeur. Dat maakt een groot verschil.

Maartje Kerfs:

Gebruik je soms afbeeldingen in je prompt?

Respondent 9:

Ja, vaak. Als ik bijvoorbeeld thuis een leeshoek wil inrichten, dan neem ik een foto van de kamer, zoek Pinterestbeelden en geef dat als input. AI maakt dan voorbeeldjes in die stijl.

Maartje Kerfs:

Hebben jullie binnen de afdeling richtlijnen gekregen rond prompten?

Respondent 9:

Ja, we hebben een korte opleiding gehad over ChatGPT. Maar ik had zelf via Domestika al een cursus gevolgd over hoe je ChatGPT slimmer maakt en hoe je goede prompts schrijft. Dus voor mij was het eerder een bevestiging. Het blijft soms wel trial and error.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij prompten?

Respondent 9:

Voor het genereren van beelden vanaf nul: ja, daar wel nog. Voor andere zaken gaat het meestal vlot. Soms geeft ChatGPT iets dat niet klopt, maar over het algemeen werkt het makkelijk.

Gisteren had ik bijvoorbeeld extensies nodig voor scripting. Ik zag iets niet, maakte een screenshot en vroeg het aan ChatGPT. Die zei: "Ah, bij jou zit dat daar." Of: "Kijk eens onder dat menu." En dat werkte.

Als er iets fout stond in de code – een puntkomma of haakje verkeerd – dan keek AI dat ook na. Echt een opluchting, anders zit je een hele cursus door te ploeteren.

Maartje Kerfs:

Je gaf al veel tips, maar heb je nog extra advies over prompten?

Respondent 9:

Voor mij is het allerbelangrijkste: geef AI een duidelijke rol. Vertel wat je wil dat hij doet. Wees specifiek. Als je een warme sfeer wilt, schrijf dat dan ook. Of zeg "golden hour", of welk licht je wilt.

Voor teksten geef ik de schrijfstijl mee, want er is een groot verschil tussen B2B en B2C, of tussen een mail voor een collega en eentje voor de directeur.

Schrijven in beelden helpt voor mij ook. Ik geef visuele voorbeelden van waar ik naartoe wil. Soms fotografeer ik thuis een kamer, dan haal ik beelden van Pinterest en zeg ik: "Ik wil daar een leeshoekje maken, in die sfeer." Dan laat ik AI daar voorbeeldjes van maken.

Ik wil bijvoorbeeld plankjes zetten voor foto's, maar ook een rekje erbij. Door dan die referentiebeelden op te laden, helpt dat echt om mijn idee visueel te maken.

Zoals jij al zei: een documentje bijhouden van wat werkt voor jou, helpt ook. Zeker als je merkt dat een bepaalde prompt goed heeft gewerkt en je weet dat je die later nog nodig hebt. Dan is het handig om dat te bewaren. Vooral wanneer de volgorde van een prompt belangrijk is.

Ik denk dat ik daarmee het meeste wel gezegd heb.

Maar: je moet er ook niet blind op vertrouwen. Ik zou altijd nog zelf nalezen of controleren wat eruit komt. Dat hoor ik ook van collega's.

Ze zeggen dat de tekst die eruit komt niet altijd volledig klopt. Aftoetsen blijft belangrijk.

En als je bronnen gebruikt die AI aanreikt, moet je die ook niet zomaar vertrouwen.

Maartje Kerfs:

Ja?

Respondent 9:

Als ik dingen opzoek via AI, merk ik wel eens dat de informatie niet altijd klopt. AI haalt zijn info uit

wat op internet beschikbaar is. Als een bedrijf zichzelf daarin overdreven goed voorstelt, dan vertelt AI je niet spontaan de nadelen.

Maartje Kerfs:

En stel, je gebruikt AI om een afbeelding te genereren, bijvoorbeeld voor de Visit Limburgcheque. Hoe zou je dat dan concreet aanpakken? Werk je dan met kernwoorden?

Respondent 9:

Ja, dan geef ik kernwoorden mee, en ook de stijl die ik wil. Het hangt een beetje af van welk programma ik gebruik.

In Firefly kan je al echt aanduiden: ik wil iets fotorealistisch, of net niet. Daar heb ik al wat presets klaarstaan. Je kan er ook dingen meegeven zoals het camerastandpunt, lichtinval, enzovoort.

Als ik hetzelfde via ChatGPT doe, dan geef ik een omschrijving mee in volzinnen. Dan schets ik de sfeer en stijl die we bij Visit Limburg gebruiken, en zeg ik dat het een campagnebeeld moet zijn voor een krant of ander specifiek kanaal.

Maartje Kerfs:

We zijn bijna aan het einde gekomen, dus ik stel nog één samenvattende vraag: zou je een collega binnen jouw afdeling aanraden om AI te gebruiken? Zo ja, welke tools zou je aanraden en welke tips over prompts zou je geven?

Respondent 9:

Ja, ik zou sowieso ChatGPT aanraden. Ik denk dat de meeste mensen daar meer uit kunnen halen dan uit andere programma's.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik.

Respondent 9:

Voor het prompten... Ik weet niet of ik nog echt nieuwe tips heb momenteel. Maar na mijn ervaring van gisteren: dingen uploaden als je ergens op vastloopt, kan echt een hulp zijn.

Misschien is dat ook een tip voor als mensen zelf iets moeten nakijken. Ik weet dat sommige collega's bijvoorbeeld een boekje afwerken en dan een technische controle moeten doen voor de drukker.

Als je dan even vastloopt, zeg ik: als ik er niet ben, maak een screenshot en vraag aan ChatGPT hoe je het kunt checken in Acrobat Pro.

Maartje Kerfs:

Dan ga ik zelf nog kort een samenvatting geven: je gebruikt artificiële intelligentie effectief in je werk, op verschillende manieren – voor tekstcreatie, controle, maar ook voor het genereren van beelden. Je gebruikt meerdere tools, zoals ChatGPT, Firefly en andere Adobe-toepassingen. Voor afbeeldingen werk je vooral met kernwoorden, voor tekstuele dingen met volzinnen en geef je AI altijd een duidelijke rol of persona mee.

Ben je het eens met die samenvatting?

Respondent 9:

Ja, zeker.

Maartje Kerfs:

Denk je dat ik nog iets vergeten ben te vragen? Of is er nog iets dat ik specifiek voor jou zou kunnen onderzoeken in mijn bachelorproef?

Respondent 9:

Alles wat je tegenkomt is welkom.

Maartje Kerfs:

Zoek je nog een nieuwe tool? Of wil je de werking van een bepaalde tool weten?

Respondent 9:

Niet echt iets concreets. Maar ik denk dat er rond prompten nog veel meer te leren valt dan ik nu weet. Er gaat nog een hele wereld open, vermoed ik.

Maartje Kerfs:

Ja, waarschijnlijk.

Respondent 9:

We staan op een berg, denk ik. Maar mensen zijn gewoontedieren. Je blijft snel hangen in wat je kent, zeker als er niet echt tijd is om te testen of te spelen.

En vaak moet een opdracht ook gewoon snel klaar zijn.

Maar ik hoop daar zelf nog meer mee te kunnen doen. Wat meer “kunstjes” leren, zeg maar.

Maartje Kerfs:

Heel erg bedankt voor het interview!

Respondent 9:

Jij ook bedankt. Ik kijk uit naar je bevindingen!

Maartje Kerfs:

Ja, ikzelf ook.

Respondent 10 (expert Communicatie)

Maartje Kerfs:

Oké, je bent dus expert communicatie bij Visit Limburg?

Respondent 10:

Wow, expert (lacht).

Maartje:

Ja, zo staat het toch op Toerisme Werkt. Kan je jouw taken beschrijven?

Respondent 10:

Wat ik eigenlijk dagelijks doe, is vooral bezig zijn met online content. Denk aan de website beheren, blogs schrijven, nieuwsbrieven opstellen — dat doe ik samen met mijn collega Lisa. We zorgen dat die qua inhoud goed gevuld zijn en dat iedereen weet wanneer die iets moet aanleveren of opstellen. Daarnaast hoort sociale media er ook bij, eigenlijk alles wat met online content te maken heeft. Mijn expertenrol houdt vooral in dat ik het overzicht bewaar over de planningen: ik organiseer maandelijks de redactieraad waarin iedereen die met content bezig is samenkomt. Zo weten we wat er de komende tijd op de planning staat.

Maartje:

Ook wel veel creatieve taken precies.

Respondent 10:

Ja, dat ook. Dat is wel fijn.

Maartje:

Was dat altijd al jouw functie binnen Visit Limburg?

Respondent 10:

Grotendeels wel. Ik ben begonnen als medewerker communicatie, toen was ik eigenlijk de enige die met online content bezig was. Ik deed dus echt alles. Ondertussen is dat geëvolueerd en heb ik de expertfunctie erbij, maar het blijft wel grotendeels hetzelfde qua inhoud.

Maartje:

En welke ervaring met communicatie heb je nog? Een eerdere job of opleiding?

Respondent 10:

Ik heb een master in bedrijfscommunicatie gedaan. Maar mijn eerste jobs lagen niet echt in de communicatiesector. Ik werkte als administratief medewerker en aan het onthaal bij Ascento. Je bent dan wel in communicatie met klanten, maar het is toch iets heel anders dan echt werken in communicatie.

Maartje:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 10:

Ja, gelukkig wel.

Maartje:

Kan je proberen dat uit te leggen in je eigen woorden?

Respondent 10:

Dat is moeilijk. Je legt dat vaak uit via voorbeelden. AI-tools gebruiken bestaande informatie, gecreëerd door mensen, en zetten dat razendsnel om in nieuwe creaties.

Maartje:

En kan je enkele concrete voorbeelden geven van AI?

Respondent 10:

Ja, ChatGPT is de bekendste. Copilot ook, of Bing met AI-functies.

Maartje:

Gebruik je AI voor je werk?

Respondent 10:

Ja, voorlopig alleen ChatGPT.

Maartje:

Voor welke taken gebruik je het?

Respondent 10:

Voor allerlei dingen, maar meestal kleinere opdrachten. Niet om bijvoorbeeld een volledige blog te schrijven. Meer voor: "Deze zin zit niet goed, herschrijf die eens", of "Geef een synoniem voor dat woord." Vooral dus voor copywriting, maar soms ook ter inspiratie.

Ik had bijvoorbeeld het idee om onze redactieraad wat interactiever te maken, meer een brainstormsessie dan een presentatie. Dan vraag ik aan ChatGPT: hoe zou je dat kunnen aanpakken?

Maartje:

Wordt AI standaard binnen jullie afdeling gebruikt? Of eerder individueel?

Respondent 10:

Vooral individueel. Ik denk dat iedereen in het team het wel min of meer gebruikt, zeker in communicatie. Maar de één wat meer dan de ander. Ik grijp er sneller naar voor kleinere dingen: "Herschrijf dit even" of "Deze alinea klinkt oubollig." Anderen gebruiken het minder vaak of op andere manieren. Maar we hebben geen gedeeld account ofzo.

Maartje:

Jullie hebben wel een Canva-account. Zit daar iets van AI in?

Respondent 10:

Dat dacht ik wel, bijvoorbeeld om beelden te creëren.

Maartje:

Op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht? Inspiratie, tijdens het maken of ter controle?

Respondent 10:

Vooral als inspiratiebron. Tijdens het schrijven ook, bijvoorbeeld als ik voel dat een alinea niet goed zit. Dan neem ik niet letterlijk wat ChatGPT zegt, maar het inspireert me om het anders te formuleren. Of ik vraag om blogideeën en dan zie ik vaak: "Ah, dat had ik al." Het helpt me wel verder.

Maar ter controle gebruik ik het niet echt. Ik laat ChatGPT geen volledige teksten van mezelf nalezen of controleren op stijl of SEO-richtlijnen.

Maartje:

Wat zijn de grootste voordelen van AI binnen jouw functie?

Respondent 10:

Als je vaak teksten schrijft over dezelfde dingen, zoals toeristische trekpleisters, dan merk je dat je snel in herhaling valt. Bijvoorbeeld over het Doorkijkkerkje: je beschrijft dat automatisch telkens op dezelfde manier.

Dan is het fijn als je AI kunt vragen: “Hoe kan ik dit anders verwoorden?” Zo krijg je nieuwe invalshoeken. Het is ook handig dat je snel een soort sparringpartner hebt, zonder dat je collega’s moet lastigvallen.

Maartje:

Zijn er ook nadelen aan verbonden?

Respondent 10:

Niet echt zoals ik het nu gebruik. Maar als je AI gaat inzetten om veel teksten te genereren en die dan gewoon overneemt, dan zit je met risico’s. Er kunnen feitelijke fouten in staan. Zo haalt ChatGPT bijvoorbeeld soms Belgisch en Nederlands Limburg door elkaar. Als je niet kritisch bent, krijg je problemen.

Maartje:

Zijn er taken die je liever zonder AI uitvoert?

Respondent 10:

Ja, campagnes schrijf ik meestal zonder AI. Of nieuwsbrieven, afhankelijk van hoe ik erin zit. Soms schrijf ik ook blogs zonder AI, zeker als ik in een creatieve flow zit. Maar als ik even vastzit, dan gebruik ik het wel. Het is echt een hulpmiddel.

Maartje:

Gebruik je naast ChatGPT nog andere AI-tools?

Respondent 10:

Eigenlijk niet echt. Als het geïntegreerd is in bestaande tools zoals Photoshop, dan gebruik ik het wel — bijvoorbeeld om snel iets in een foto toe te voegen of te verwijderen. Maar bewust een aparte AI-tool aanklikken? Nee, enkel ChatGPT.

Maartje:

Je had eerder Copilot genoemd, gebruik je die dan niet echt?

Respondent 10:

Nee, dat gebruik ik eigenlijk niet.

Maartje:

Waarom heb je specifiek voor ChatGPT gekozen?

Respondent 10:

Dat was het eerste waar veel rond te doen was. Ik ben daar toen mee gestart. Zolang het mij helpt, blijf ik dat gebruiken. Je merkt ook dat het steeds beter wordt.

Er bestaan misschien betere tools, maar ik voel niet de drang om die allemaal te proberen. Ik kan met ChatGPT alles doen wat ik nodig heb. Misschien kan het nog handiger of gestructureerder, maar dat zie ik dan wel.

Maartje Kerfs:

En hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts? Schrijf je altijd volzinnen of werk je met kernwoorden?

Respondent 10:

Eigenlijk is dat heel kort, ja. Ik weet dat je eigenlijk heel gedetailleerd moet prompten, maar waarvoor ik het gebruik... dan zeg ik bijvoorbeeld gewoon: "Geef mij eens een synoniem voor..." of "Herschrijf deze alinea."

Maartje Kerfs:

En stuur je die prompts dan nog bij?

Respondent 10:

Ja, ik stuur die dan wel bij. Het is vaak een soort dialoog tot ik krijg wat ik wil. Maar ik geef nooit ineens een hele lange prompt. Het zijn korte vragen. Soms voeg ik context toe, zoals "je werkt voor Visit Limburg," als dat relevant is. Maar als het gewoon voor synoniemen is of ideeën, dan hou ik het kort. Bijvoorbeeld: "Ik wil ideeën om deze vergadering leuker te maken," dat zijn dan twee à drie zinnen.

Maartje Kerfs:

Heb je binnen jouw afdeling regels of systemen meegekregen over prompten?

Respondent 10:

Tijdens de opleiding kregen we wel tips en tricks, maar het is niet zo dat er echt een handboek voor is of iets uitgeschreven.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 10:

Niet echt. Ik stel gewoon een vraag en stuur dan bij. Omdat ik ook niet de meest diepgaande dingen vraag, heb ik meestal vrij snel een antwoord dat ik kan gebruiken. En als ik niet meteen geïnspireerd ben, dan denk ik gewoon vijf minuten langer na en dan vind ik toch weer iets.

Maartje Kerfs:

Ken je nog andere tips of tricks om te prompten?

Respondent 10:

Wat ik geleerd heb maar zelf niet toepas, is dat je eigenlijk zoveel mogelijk info moet meegeven. Zoals: stel dat je een bepaalde rol aanneemt, dan kan je aangeven voor welk bedrijf het is, in welke tone of voice, welke huisstijl... Dat kan je zelfs laten opslaan zodat je die iedere keer kunt hergebruiken. Dat weet ik in theorie, maar dat doe ik in praktijk eigenlijk niet.

Maartje Kerfs:

Stel je gebruikt AI om een blog te schrijven, hoe pak je dat dan aan?

Respondent 10:

Dan zou ik wel zeggen: "Je werkt op de communicatieafdeling van Visit Limburg." Ik geef dan een thema of onderwerp mee. Als ik al adressen of tips heb verzameld, dan geef ik die ook mee. Bijvoorbeeld: het onderwerp is logies, en ik wil iets over Holiday Inn Hotel, dan zeg ik: schrijf daarover een blog en houd rekening met de SEO-richtlijnen.

Dan kijk ik wat eruit komt. Soms is het meteen een mooie blog, soms is het te formeel of wollig geschreven. ChatGPT gebruikt bijvoorbeeld voor elk zelfstandig naamwoord een adjectief. Alles is dan 'uniek' of 'indrukwekkend'. Dan vraag ik: "Kan je het minder wollig schrijven?" Maar de prompt zelf is nog altijd vrij kort, al geef ik voor een blog wel iets meer context.

Maartje Kerfs:

Gebruik je AI ook om afbeeldingen te genereren?

Respondent 10:

Ik heb dat geprobeerd met ChatGPT, maar omdat ik de gratis versie gebruik, is dat beperkt. Je krijgt maar een paar afbeeldingen en je moet lang wachten. Dus dat doe ik bijna niet meer. Met Canva heb ik het ook geprobeerd tijdens een testfase. Daar waren de afbeeldingen wel beter, maar het was ook beperkt.

Maartje Kerfs:

We zijn bijna aan het einde van het interview gekomen, dus ik ga nog een samenvattende vraag stellen. Zou je een collega aanraden om AI te gebruiken? En zo ja, welke tools zou je aanraden en welke tips zou je geven?

Respondent 10:

Ik denk dat ik heel het communicatieteam al aan ChatGPT geholpen heb. Siegfried is daar nu ook meer mee bezig. Maar ik was wel een van de eersten die het echt dagelijks gebruikte voor het schrijven van teksten. In het begin zeiden ze nog: "We schrijven onze teksten zelf wel, hè." Maar toen iemand eens om een synoniem vroeg, zei ik: "Vraag het aan ChatGPT." Dus ja, ik raad het echt aan.

Omdat ik alleen ChatGPT gebruik, is dat ook het enige wat ik kan aanraden. Andere tools ken ik niet goed genoeg om aan te bevelen. Wat betreft tips voor prompts... Ik weet niet of ik het op de juiste manier doe, dus ik geef daar weinig advies over. Ik denk dat iedereen zelf moet ontdekken wat werkt. Als je een antwoord krijgt waar je blij mee bent, dan is dat toch goed?

Misschien ontdek je gaandeweg functies waarvan je denkt: "Kan dat ook? Dat wist ik niet." Maar ik zeg niet tegen collega's: "Zo moet je het doen." Ze mogen het op hun eigen manier gebruiken.

Maartje Kerfs:

Oké, dan ga ik zelf nog een samenvatting geven van het interview. Jij gebruikt AI voor je werk, vooral voor inspiratie en synoniemen, dus voor variatie. Je geeft meestal redelijk korte prompts en stuurt dan bij. Maar als je een complexere taak hebt, geef je wat meer context.

Respondent 10:

Ja, iets meer context. Ik zou niet zeggen dat ik er een heel mooie, uitgebreide prompt van maak. Maar ik merk wel dat het voor een blog vaak nodig is om net iets meer achtergrond mee te geven.

Maartje Kerfs:

Ben je het eens met die samenvatting?

Respondent 10:

Ja.

Maartje Kerfs:

Is er nog iets dat je wil toevoegen?

Respondent 10:

Niet echt eigenlijk. Ik ben gewoon benieuwd. Want ik geloof wel dat er betere manieren zijn om AI te gebruiken. Dus ik hoop dat jouw bachelorproef daar minstens een start voor is. Ik verwacht niet dat je met hét ultieme antwoord komt, maar wel met een aanzet om er verder mee aan de slag te gaan.

Maartje Kerfs:

Na de interviews met de communicatiemedewerkers ga ik ook AI-experts interviewen, en een paar influencers. Is er iets dat ik hen zeker moet vragen? Of iets dat jij graag zou willen weten?

Respondent 10:

Hoe ben je AI-expert geworden (lacht)? Want het verandert allemaal zo snel. Hoe blijf je dan bij? Ik ben benieuwd wat zij ons kunnen vertellen. Niet alleen wat we wel moeten doen, maar ook wat we niet moeten doen. Wat is voor ons niet relevant? Hoe zorgen we dat we ons hoofd niet zot laten maken door al die nieuwe ontwikkelingen?

Maartje Kerfs:

Dus: jij wil graag do's en don'ts?

Respondent 10:

Ja, klopt.

Maartje Kerfs:

Oké, die neem ik zeker mee in mijn handleiding. Heel erg bedankt voor het interview!

Respondent 10:

Graag gedaan. Bedankt dat je het wou doen. Het was heel fijn.

Respondent 11 (manager Communicatie)

Maartje Kerfs:

Je bent Manager Communicatie. Kan je jouw taken even schetsen?

Respondent 11:

Ja, ik ben Manager Communicatie, samen met Charline – die je al hebt geïnterviewd. Ik ben specifiek verantwoordelijk voor het offline team en het PR-team. Binnen het offline team worden voornamelijk de billboards voor campagnes ontwikkeld, maar ook publicaties en andere printgerelateerde zaken. Ook tv-spots vallen deels onder ons. Binnen het PR-team ligt de focus uiteraard op persrelaties, maar ook op communicatie en employer branding. Samen met Charline bepalen we de communicatiestrategie en de overkoepelende communicatie-uitingen.

Maartje Kerfs:

Was dat altijd al jouw functie binnen Visit Limburg?

Respondent 11:

Nee. Ik ben hier begonnen als vervanger van iemand met zwangerschapsverlof. Zij werkte ook overkoepelend in communicatie, met een meer coördinerende functie: ze hield de mediaplanning in het oog, keek welke media waren ingekocht, wanneer iets moest worden opgeleverd, enzovoort. Die rol heb ik tijdelijk overgenomen. Daarna werd ik communicatiemedewerker in het team, verantwoordelijk voor zowel print als online. Ik nam taken op zoals beurzen coördineren, teksten schrijven – ook voor online – en video's opvolgen. Vervolgens werd ik coördinator van het printteam en uiteindelijk manager. Ik werk hier nu zeven jaar.

Maartje Kerfs:

Welke ervaring met communicatie heb je nog, zoals opleidingen of eerdere jobs?

Respondent 11:

Dit is mijn eerste job. Qua opleiding heb ik communicatiemanagement aan de PXL gevolgd en daarna een schakeljaar bedrijfscommunicatie in Leuven gedaan. In het verleden volgde ik opleidingen rond copywriting en de laatste jaren meer gericht op leiderschap.

Maartje Kerfs:

Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 11:

Ja, zeker. Het omvat veel. Ik ken de basisprincipes en een aantal tools, maar ik weet dat er nog veel te leren valt.

Maartje Kerfs:

Kan je AI uitleggen in je eigen woorden?

Respondent 11:

Voor mij is AI een systeem waarin veel data wordt gestopt. Die data helpt om processen efficiënter te laten verlopen. Het systeem leert zichzelf continu bij op basis van input en wordt zo steeds slimmer.

Maartje Kerfs:

Kan je enkele voorbeelden van AI geven?

Respondent 11:

Ik denk aan tools zoals ChatGPT, MidJourney – sommige collega's hebben daarmee gewerkt – en DeepL voor vertalingen. Ook Perplexity wordt gebruikt.

Maartje Kerfs:

Gebruik je zelf AI voor je werk?

Respondent 11:

Ja, vooral ChatGPT. Ik gebruik de gratis versie, die minder uitgebreid is. De laatste tijd probeer ik ook Perplexity wat meer te gebruiken en kijk ik of ik kan overschakelen naar een betaalde versie voor meer mogelijkheden. In mijn vrije tijd experimenteer ik ook met AI voor beeldbewerking.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard gebruikt binnen de afdeling of gebruik je het vooral individueel?

Respondent 11:

Op dit moment is het gebruik nog vrij individueel, maar binnen het team wordt het wel aangemoedigd. We hebben zelfs een interne opleiding over AI gevolgd, specifiek voor het communicatieteam. Dus ja, het wordt gestimuleerd, maar het gebruik zelf hangt nog af van de persoon.

Maartje Kerfs:

Op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht? Voor inspiratie, creatie of controle?

Respondent 11:

Vooral voor inspiratie aan het begin van een opdracht. Ik doe meestal zelf een oefening en laat AI dan hetzelfde doen om te kijken of er nieuwe inzichten ontstaan. Ook voor controle – bijvoorbeeld teksten nalezen – gebruik ik het. Ik laat ChatGPT teksten nakijken als extra check naast mijn eigen nalezen.

Maartje Kerfs:

Wat zijn de grootste voordelen van AI binnen je functie?

Respondent 11:

Het helpt om efficiënter te werken en biedt extra controle, wat de kwaliteit verhoogt – zeker wanneer je weinig tijd hebt om alles manueel na te kijken.

Maartje Kerfs:

En ervaar je ook nadelen?

Respondent 11:

Momenteel niet echt. Aanvankelijk vreesde ik dat collega's het zouden gebruiken zonder zelf eerst na te denken, waardoor hun eigen ideeën zouden verdwijnen. Maar dat blijkt niet zo te zijn. Ze gebruiken AI vooral als aanvulling of hulpmiddel, niet als vervanging van hun eigen denkwerk.

Maartje Kerfs:

Zijn er taken die je liever zonder AI doet?

Respondent 11:

Ja, het menselijke aspect van mijn leidinggevende rol. Dat is sterk afhankelijk van intuïtie, ervaring en de persoonlijkheden van je teamleden. Hoe je feedback geeft, bijvoorbeeld, hangt sterk af van de persoon. Dat laat ik liever niet over aan AI.

Maartje Kerfs:

Zijn er nog AI-tools die je gebruikt, naast ChatGPT?

Respondent 11:

Zoals gezegd, Perplexity gebruik ik af en toe, maar nog vrij beperkt. Binnen het team zie ik wel dat collega's, zeker op grafisch vlak zoals Lien, echt goede AI-tools zoeken en gebruiken. Zelf blijf ik vooral bij ChatGPT en Perplexity, en DeepL voor vertalingen.

Maartje Kerfs:

Waarom heb je voor die tools gekozen?

Respondent 11:

Omdat ze gebruiksvriendelijk zijn en algemeen bekend. Dat maakt het ook makkelijker om erover te overleggen met collega's. ChatGPT is gewoon erg toegankelijk en werkt intuïtief. Daarom blijf ik het ook gebruiken.

Maartje Kerfs:

Denk je dat ChatGPT specifieke voordelen of nadelen heeft tegenover andere tools?

Respondent 11:

ChatGPT is vooral een taaltool, dat werd ook uitgelegd in de opleiding. Andere tools zijn soms meer uitgebouwd richting strategie of conceptontwikkeling. Een nadeel van ChatGPT is dat het op dat vlak wat beperkter is.

Maartje Kerfs:

Waarvoor gebruik je Perplexity?

Respondent 11:

Meer voor strategische en conceptmatige ondersteuning. Nog vrij algemeen eigenlijk.

Maartje Kerfs:

Is er ook een AI-tool die je geprobeerd hebt maar niet meer gebruikt?

Respondent 11:

Nee, op dit moment niet.

Maartje Kerfs:

En hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts? Schrijf je volzinnen of eerder kernwoorden?

Respondent 11:

Eigenlijk schrijf ik bijna altijd volzinnen. Daarbij probeer ik zoveel mogelijk input mee te geven. Als ik iets specifiek wil bekomen of als er bepaalde elementen zeker in moeten zitten, dan geef ik soms ook een opsomming of gebruik ik kernwoorden. Maar meestal dus volzinnen.

Maartje Kerfs:

En binnen jouw afdeling, zijn er afspraken of richtlijnen over hoe je moet prompten?

Respondent 11:

Er is tijdens een opleiding wel een stuk over gegeven, maar dat heb ik zelf toen gemist. Dus persoonlijk heb ik geen regels meegekregen.

Maartje Kerfs:

Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 11:

Soms merk je dat bepaalde nuances niet helemaal kloppen in het antwoord. Dat kan wel eens frustrerend zijn. Maar over het algemeen loopt het wel goed.

Maartje Kerfs:

Heb je nog tips of tricks die je zelf toepast bij het prompten?

Respondent 11:

Meestal geef ik bij de eerste prompt zoveel mogelijk context mee. Zo leert de tool beter wat de situatie is en daarna kan ik er gemakkelijker op verder bouwen. Het is een soort trainingsfase: eerst veel input geven, zodat je daarna specifiekere output kunt krijgen.

Maartje Kerfs:

Stel dat je AI gebruikt om bijvoorbeeld een tekst op te stellen. Wat zou je dan schrijven in die prompt?

Respondent 11:

Dan zorg ik ervoor dat ik de “wie, wat, waar, hoe” duidelijk maak. Wie is de doelgroep? Wat is de tone of voice? Wat moet er zeker in staan? Hoe lang moet de tekst zijn? Zijn er elementen van de huisstijl waarmee rekening gehouden moet worden? Dat soort zaken.

Maartje Kerfs:

Zou je een collega binnen je afdeling aanraden om AI te gebruiken?

Respondent 11:

Zeker. Ik denk dat de meesten al meer met AI bezig zijn dan ik zelf, omdat zij die opleiding wel hebben gevolgd. Maar ik zou het absoluut aanraden. Het is wel belangrijk dat je leert om eerst

voldoende context mee te geven: in welke organisatie werk je, wat is de huisstijl, waar moet je op letten... en van daaruit specifieker te werk gaan.

Maartje Kerfs:

Welke tool zou je dan aanbevelen?

Respondent 11:

Omdat de meeste het voor taal gebruiken, zou ik in eerste instantie ChatGPT aanraden.

Maartje Kerfs:

Dus omdat ChatGPT een taalmodel is?

Respondent:

Ja, klopt.

Maartje Kerfs: Dan ga ik zelf nog een samenvatting geven van het interview. Dus je gebruikt wel AI voor je werk. Qua tools gebruik je voornamelijk ChatGPT en dan soms ook Perplexity. En bij prompts probeer je wel altijd volzinnen te schrijven. Dus in het begin geef je genoeg context mee om zo de beste resultaten te krijgen. Ben je het eens met die samenvatting?

Respondent 11:

Klopt helemaal.

Maartje Kerfs:

Is er nog iets dat ik vergeten ben te vragen of dat je nog wil toevoegen?

Respondent 11:

Nee, ik denk dat alles aan bod is gekomen. Het gaat allemaal heel snel, dus ik denk dat het belangrijk is om mensen binnen het team of de organisatie voldoende kansen te geven om opleidingen te volgen. Ook ikzelf wil me verder trainen in het gebruik van die tools.

Maartje Kerfs:

Is er nog iets dat ik voor jullie zou kunnen onderzoeken?

Respondent 11:

Misschien zou het interessant zijn om tools met elkaar te vergelijken. Bijvoorbeeld: als je dit soort werk doet, is die tool beter, en voor andere taken kies je beter een andere. Want er zijn nu echt veel tools, dus het zou handig zijn om een overzicht te hebben: dit zijn de voornaamste, en voor data-analyse neem je die, voor copywriting eerder die andere...

Maartje Kerfs:

Denk je dat het nuttig zou zijn als ik in de handleiding enkele tools aanbeveel per taak?

Respondent 11:

Ja, dat zou ik zeker doen.

Maartje Kerfs:

Super, heel erg bedankt voor het interview!

Respondent 11:

Geen probleem. Veel succes!

Maartje Kerfs:

Dankjewel!

Respondent 12 (expert Communicatie)

Maartje Kerfs:

Mijn bachelorproef gaat over hoe jullie AI efficiënt kunnen inzetten voor communicatie, zowel B2B als B2C.

Tijdens het interview stel ik vooral vragen over jouw gebruik van AI, welke tools je daarvoor kiest en hoe je prompt – dus hoe je iets ingeeft.

Om te beginnen stel ik enkele introductievragen. Jij bent communicatie-expert; kan je kort jouw taken schetsen?

Respondent 12:

Mijn taken binnen Visit Limburg bestaan voornamelijk uit het coördineren van het printmagazine *Gast*.

Als verantwoordelijke zorg ik ervoor dat de verhalen tot stand komen: ik ga op zoek naar sterke content, maak de planning, stuur teamleden aan en neem zelf interviews af. Ik verstuur briefings naar fotografen en contentmakers, verzamel het materiaal, kijk alles na, herschrijf en redigeer teksten.

Eigenlijk begeleid ik het hele proces tot het magazine klaar is om naar de drukker te gaan. Daarna volg ik ook het verdere traject: druk, distributie – zorgen dat het juiste aantal exemplaren bij de juiste mensen terechtkomt. Ook de promotie hoort daarbij, zoals online advertenties en printadvertenties in andere magazines.

Dat is dus een groot onderdeel van mijn werk: het realiseren van één publicatie.

Daarnaast ben ik verantwoordelijk voor de algemene communicatie van Visit Limburg. We werken in zogenaamde ‘waves’ en de grootste campagneperiode valt in het voorjaar.

Dat betekent onder andere het maken van een promospot. Daar ben ik eindverantwoordelijke voor – van het script tot het eindresultaat en de uitzending. Uiteraard in samenwerking met een productiehuis, regisseurs enzovoort.

Ook de out-of-homecampagnes vallen onder mijn taken. Dat kunnen bijvoorbeeld billboards zijn. Dit jaar staan we met een Cube in station Gent-Sint-Pieters. Dan zorg ik voor de juiste invulling en het geschikte promomateriaal.

Dat zijn de grootste blokken binnen mijn takenpakket. Daarnaast stuur ik het communicatieteam aan en bewaak ik de brug tussen print en online – we proberen alles wat we in print doen, ook digitaal door te vertalen.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké. Toch wel een hele boterham precies.

Respondent 12:

Valt mee.

Maartje Kerfs:

En was dit altijd al jouw functie bij Visit Limburg?

Respondent 12:

Ik ben gestart met een vervangingscontract voor mijn collega Lien – dus tijdelijk, als communicatiemedewerker. Sinds vorig jaar ben ik doorgeschoold tot communicatie-expert.

De inhoud van het werk is grotendeels hetzelfde gebleven, alleen zijn er nu meer administratieve taken bijgekomen, zoals het opmaken van bestekken.

Maartje Kerfs:

Ja. En welke communicatie-ervaring heb je nog, bijvoorbeeld uit vorige jobs of opleidingen?

Respondent 12:

Ik heb al een hele loopbaan achter de rug. Ik ben afgestudeerd in communicatie en heb daarna nog een voortgezette opleiding journalistiek gevolgd.

Daarna ben ik in de journalistieke wereld terechtgekomen, vooral bij televisie. Ik heb jaren gewerkt voor VRT, VTM, VT4 – eigenlijk bijna alle zenders in België – vooral in de productie achter de schermen. Dus dat was communicatie, maar dan eerder productietv: programma's bedenken, formats ontwikkelen, alles wat daar organisatorisch bij komt kijken.

Later heb ik een tijd in het buitenland gewoond, waar ik actief was in de filmwereld. Terug in België heb ik nog gewerkt bij een Franstalig productiehuis, voor verschillende programma's.

Sinds mijn dochter twee jaar oud is – intussen zo'n 14 jaar geleden – ben ik in de reclame terechtgekomen. Eerst bij een reclamebureau waar ik voornamelijk aan B2B- en B2C-communicatie deed.

Toen dat bedrijf failliet ging, ben ik bij Visit Limburg terechtgekomen.

De grootste brok in mijn carrière was dus televisie, wat weinig met toerisme te maken heeft, maar communicatie zat er altijd in verweven.

Maartje Kerfs:

Dus je hebt wel veel ervaring met communicatie?

Respondent 12:

Ja, dat kan je wel zeggen. Communicatie is eigenlijk altijd de rode draad geweest, in alles wat ik tot nu toe heb gedaan.

Maartje Kerfs:

Oké. Ken je het begrip artificiële intelligentie?

Respondent 12:

Ja.

Maartje Kerfs:

Kan je dat proberen uitleggen in je eigen woorden?

Respondent 12:

Wel, met behulp van computers en allerlei programma's maak je gebruik van bestaande data en informatie, die samengevoegd worden om nieuwe input te creëren. Ik begrijp het concept, maar het blijft moeilijk om het in eigen woorden helder uit te leggen.

Dus eigenlijk: alles wat al bestaat, wordt gebundeld en verwerkt, en daaruit kunnen nieuwe ideeën of content ontstaan.

Maartje Kerfs:

Je hebt het toch goed uitgelegd! Kan je ook enkele concrete voorbeelden geven van AI?

Respondent 12:

Zeker. Wat we zelf het meest gebruiken, is AI om beelden te manipuleren.

Daarnaast ook voor tekst: ik geef input en krijg dan nieuwe versies, of laat teksten redigeren en controleren – bijvoorbeeld om te kijken of iets overeenkomt met een andere tekst.

Ik gebruik het dus vooral als extra controlemiddel.

Maartje Kerfs:

Dus wat je net hebt gezegd, dat doe je dan zelf ook voor jouw taken?

Respondent 12:

Ja, klopt.

Maartje Kerfs:

Wordt AI standaard gebruikt binnen jullie afdeling of is het individueel?

Respondent 12:

Gedeeltelijk individueel, maar ik werk ook vaak samen met Lien – zij is meer grafisch ingesteld.

Misschien heb je haar ook al geïnterviewd?

Ik geef de briefing, zij werkt het uit. Dus in die zin gebruiken we AI ook samen.

Maartje Kerfs:

Op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht? Ter inspiratie, bij de uitvoering of ter controle?

Respondent 12:

Eigenlijk in alle drie.

Voor inspiratie: als ik een tekst schrijf en op zoek ben naar een frisse invalshoek of titel. Soms vraag ik AI om synoniemen of alternatieve formuleringen.

Voor de uitvoering gaat het vaak om beeldbewerking, zoals extra lucht toevoegen aan een foto – Een beetje het fotoshopen van vroeger, maar dan makkelijker nu. Het derde luik is controle: als we een beeld nodig hebben van Matteo Simoni in een luchtballon voor een videospot – dan gebruiken we AI om hem of een look-alike erin te zetten, voor de sfeerschepping.

En dan nog de tekstuele controle: bij lange, saaie teksten laat ik AI checken op consistentie van tijdstippen, cijfers en spelling. Dat is echt handig.

Maartje Kerfs:

Dat snap ik. Wat zijn voor jou de grootste voordelen van AI?

Respondent 12:

Tijdsbesparing. Zeker bij beeldbewerking: wat vroeger veel werk was in Photoshop, is nu vaak met één klik klaar.

AI kan ook inspirerend zijn, maar het is beperkt. De output blijft vaak gebaseerd op bestaande content, waardoor je snel in clichés terechtkomt.

Je moet dus kritisch blijven en de input nooit klakkeloos overnemen.

Maartje Kerfs:

Je noemde al enkele nadelen. Zijn er nog?

Respondent 12:

Ja. Ik was onlangs op een lezing waar een doemscenario werd geschetst. Bijvoorbeeld: als je intypt hoe een baby-pauw eruitziet, krijg je een AI-gegenereerd beeld. Jongeren nemen dat dan aan als waarheid.

Die beelden circuleren verder, worden opnieuw gevoed aan AI en zo verdwijnen de echte beelden langzaam.

Hetzelfde met tekst: als je steeds dezelfde input blijft gebruiken, ontstaat er een vicieuze cirkel van herhaling.

Daarnaast heb je ook fake news en gemanipuleerde video's, vooral op sociale media. In tijden van polarisatie of verkiezingen is dat gevaarlijk – mensen weten niet meer wat echt is.

Daarom is een kritische blik cruciaal. Jongeren moeten beseffen wat AI is en hoe krachtig het kan zijn, maar ook leren dat ze niet alles zomaar mogen geloven.

Maartje Kerfs:

Ja, dat klopt helemaal. Zijn er taken die je liever zonder AI uitvoert?

Respondent 12:

Voor mij is AI een hulpmiddel, een extra tool. Het is niet iets waarmee ik op dagdagelijkse basis werk.

Maartje Kerfs:

Oké.

Respondent 12:

We kunnen er niet omheen. Er was een moment waarop veel mensen dachten: oei, AI gaat onze jobs overnemen.

Ik geloof daar niet in. Wat ik wél geloof: als je zelf geen gebruik maakt van AI, zijn er anderen die dat wel doen – en zij nemen dan mogelijk jouw plaats in.

Dus het is niet AI die je vervangt, maar wel de mensen die er goed mee kunnen omgaan. Net zoals destijds bij de komst van computers.

Mensen zeiden toen ook: "Help, ik werk nog met een typemachine." Maar je moet mee, je kunt niet terug.

In mijn huidige functie blijft het gebruik van AI wel beperkt, zoals ik eerder aangaf: inspiratie, uitvoering en controle – maar telkens in beperkte mate.

Maartje Kerfs:

En welke AI-tools gebruik je op dit moment?

Respondent 12:

Voor tekst werk ik met ChatGPT. Het grafische deel ligt bij Lien – zij gebruikt verschillende programma's, maar dat zit dus meer in haar pakket.

Maartje Kerfs:

En waarvoor gebruik jij ChatGPT?

Respondent 12:

Voor inspiratie, bijvoorbeeld om een tekst aan te passen aan een specifieke doelgroep – zoals herschrijven voor een leeftijd van 12+, of voor een toegankelijker toon.

Soms vraag ik alternatieve titels of invalshoeken. En voor tekstcontrole, al vertrouw ik daar niet blind op.

Soms zit er iets tussen waarvan ik denk: dit is echt van de pot gerukt. Maar het geeft wel nieuwe insteken of ideeën.

Maartje Kerfs:

En zie je specifieke voordelen of nadelen aan ChatGPT als tool, bijvoorbeeld in vergelijking met andere AI-tools? Of heb je daar niet zo veel zicht op?

Respondent 12:

Het grootste voordeel is toch wel de snelheid. Je kan uiteraard zelf heel wat research doen en er is ook enorm veel informatie beschikbaar. Maar ChatGPT is een handige tool die je snel en efficiënt een antwoord of feedback geeft.

Uiteraard hangt het resultaat sterk af van hoe goed je je prompt formuleert. Wat je erin steekt, bepaalt wat je eruit krijgt.

Ik denk dat we ons daarin nog wel wat kunnen bijscholen — vooral in het beter leren prompten, om zo een nog kwalitatievere output te verkrijgen.

Maartje Kerfs:

En waarom heb je specifiek voor ChatGPT gekozen?

Respondent 12:

Waarom precies? Goh, ik denk vooral omdat het zo bekend is. Het was gewoon de meest voor de hand liggende keuze toen we iets nodig hadden op het vlak van tekst.

Maartje Kerfs:

Zijn er AI-tools die je ooit hebt uitgetest, maar uiteindelijk niet meer gebruikt?

Respondent 12:

Nee, eigenlijk nog niet. Dat is wel iets wat nog op mijn lijstje staat om verder te verkennen.

Maar eerlijk gezegd ligt dat stukje meer bij mijn collega's. We hebben daar een soort verdeling in: de ene verdiept zich meer in het grafische, ik doe dan weer andere zaken. Dus nee, op dit moment nog niet.

Maartje Kerfs:

Oké. En hoe pak je het aan wanneer je een prompt schrijft? Werk je met trefwoorden of volledige zinnen?

Respondent 12:

Beide, eigenlijk. Het hangt een beetje af van wat ik zoek. Soms is het een volledig scriptje, bijvoorbeeld als ik iets wil laten schrijven voor een specifieke doelgroep. Hoe meer info je op voorhand meegeeft, hoe beter het resultaat meestal is.

Maartje Kerfs:

Zijn er binnen jullie afdeling bepaalde richtlijnen of een vast systeem rond prompten?

Respondent 12:

Nee, niet echt. We hebben wel eens een korte opleiding gevolgd, maar die was vrij algemeen. We hebben er één oefening rond gedaan, maar verder zijn er, voor zover ik weet, geen specifieke regels of richtlijnen binnen ons team. Misschien wel bij het online team, maar bij ons niet.

Maartje Kerfs:

Heb je zelf nog tips of tricks die je kan delen rond prompten?

Respondent 12:

Goh, eerlijk gezegd zou ik die liever zelf nog krijgen. Ik doe nu gewoon wat logisch lijkt, maar ik weet niet of dat de meest efficiënte manier is. Dus echte tips geven, dat vind ik moeilijk.

Maartje Kerfs:

Dat begrijp ik. Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?

Respondent 12:

Ja, zeker. Ook hier denk ik: kennis is macht. Als we ons als bedrijf daar echt in zouden verdiepen, dan zou er voor mij waarschijnlijk een hele wereld opengaan. Ik denk dat ik momenteel nog maar aan het begin sta. Gewoon omdat ik het ook nog niet zo vaak nodig heb gehad. Maar dat kan natuurlijk veranderen en dan is het belangrijk om mee te zijn.

Maartje Kerfs:

Stel dat je AI zou gebruiken om inspiratie op te doen voor een specifieke taak. Hoe zou je dat dan formuleren?

Respondent 12:

Bijvoorbeeld: als ik een tekst wil schrijven, geef ik meestal meteen het aantal tekens mee. Daarnaast vermeld ik voor welk doelpubliek de tekst bedoeld is en welke tone-of-voice ik wil gebruiken. Hoe specifieker je bent over het onderwerp, hoe beter. Dus ik geef meestal mee: "schrijf een tekst van x tekens, in deze stijl, voor die doelgroep." En ook een opbouw: titel, inleiding, middenstuk, slot. Het is eigenlijk een soort mini-script, zoals je dat zelf ook zou maken.

Maartje Kerfs:

Dus je probeert echt om zo specifiek mogelijk te zijn in je prompt?

Respondent 12:

Ja, absoluut.

Maartje Kerfs:

We zijn bijna aan het einde van het interview. Dan heb ik nog een afrondende vraag: zou je collega's binnen jouw afdeling aanraden om AI te gebruiken? En zo ja, welke tool zou je aanraden en welke tips over prompts kan je geven?

Respondent 12:

O jeetje. Ik denk eerlijk gezegd dat veel van mijn collega's al een pak verder staan dan ik. Zeker als ik kijk naar Siegfried of Lien, of de jongere generatie in ons team.

Die gebruiken AI al veel vaker en op een geavanceerdere manier dan ik. Dus ik zou eerder zeggen: zij kunnen mij tips geven, in plaats van omgekeerd. Ik vermoed dus dat de meesten binnen het team al goed op de hoogte zijn. Dus ik denk dat de vraag omgekeerd is: laat maar komen die tips.

Maartje Kerfs:

Dat snap ik. Dan geef ik nog kort een samenvatting van het interview:

Je gebruikt voornamelijk ChatGPT als AI-tool en dat in verschillende stadia: ter inspiratie, voor variatie in tekst, voor het vinden van synoniemen en ook als controlemiddel.

Je ziet het eerder als een hulpmiddel, dus niet om er een hele taak mee te maken. Bij het prompts probeer je zoveel mogelijk relevante details mee te geven.

Ben je het eens met deze samenvatting?

Respondent 12:

Helemaal akkoord.

Maartje Kerfs:

Is er nog iets dat ik vergeten ben te vragen?

Respondent 12:

Nee hoor, je hebt dat heel goed gedaan.

Maartje Kerfs:

Dank je wel! In mijn handleiding neem ik zeker iets op rond prompten. Daar ga ik meer tips over zoeken. Is er nog iets dat ik specifiek voor jou kan bekijken, zoals een tool?

Respondent 12:

Ja, je begint nu waarschijnlijk steeds beter zicht te krijgen op de taken van iedereen binnen ons team. Dus het zou zeker interessant zijn als je tools zou vinden waar wij zelf nog niet aan gedacht hebben. Dat kan iets zijn rond planning – we maken bijvoorbeeld veel retroplanningen en backplanningen. We doen ook veel printadvertenties, affichage en videoproducties. Misschien bestaan er tools om dat proces efficiënter te maken? Of als ik aan het kenniscentrum denk, om te meten? Of tools voor tekst, inspiratie, copywriting... Alles wat ons werk in communicatie kan ondersteunen, is welkom.

Maartje Kerfs:

Dan zal ik in mijn handleiding ook suggesties opnemen voor tools per soort taak.

Respondent 12:

Super, dat is een goed idee.

Maartje Kerfs:

Dan zijn we rond. Heel erg bedankt voor je tijd en het fijne gesprek.

Respondent 12:

Met plezier. Ik hoop dat je er iets aan had! Ik ben benieuwd naar het eindresultaat.

Maartje Kerfs:

Ik ook!

Respondent 12:

Veel succes nog, en als je nog vragen hebt, weet je me te vinden.

Maartje Kerfs:

Dank je! Fijn weekend!

Respondent 12:

Doei, doe!

Bijlage 2: uitgeschreven interviews van de AI-experts

Bart Grispen (Test Coördinator bij Resillion)

Bart Grispen

Ja, ik zal het woord aan u laten.

Maartje Kerfs

Dat is goed. Voor mijn bachelorproef onderzoek ik hoe Visit Limburg artificiële intelligentie kan inzetten voor communicatie. Daarvoor heb ik eerst interviews afgenomen met de communicatiemedewerkers van Visit Limburg en nu ga ik interviews houden met AI-kenners en ook influencers om dan zo tips te kunnen geven aan Visit Limburg als organisatie.

Bart Grispen

Oké, oké duidelijk.

Maartje Kerfs

Oké, super. Dan ga ik meteen beginnen met de eerste vraag, als dat goed is? Dus jij bent Test Coördinator bij Resillion, wat houdt jouw functie precies in?

Bart Grispen

Ja. Mijn functie bestaat vooral uit het feit dat wij in België een testlabo hebben, dus wij testen vooral hardware, elektronica en seriële data interfaces. Dus in essentie ben ik niet zozeer in mijn dagdagelijkse job bezig met artificiële intelligentie. In de zin van dat wij heel veel certificaties doen bij een Compliance Testing, heel veel analoge elektronica Testing, dus in dat opzicht niet direct een rechtstreekse aanraking. Maar ja, als coördinator is het ook wel meer dan alleen het werk in het lab dat we doen. Er zit inderdaad ook marketing achter. We doen communicatie naar buiten toe, interne communicatie, sales, sales engagementen, hoe dat wij specifieke sales events willen aanpakken, hoe dat wij posts willen schrijven die dan naar buiten toe komen... Dus zo in die weg gebruiken we AI wel redelijk frequent.

Maartje Kerfs

Oké, dat is goed. En welke ervaring met communicatie heb je, zoals een eerdere job of een opleiding?

Bart Grispen

Opleiding niet per se, maar ik heb wel doorheen mijn studentencarrière redelijk veel gewerkt in winkels enzo. Dus vooral verhuurbedrijven, wat dan wil zeggen dat je eigenlijk heel goed leert om met de klant te communiceren. De klant komt naar u met een probleem en weet niet wat hij moet hebben, dus dan is het vooral meedenken met de klant, luisteren naar wat hun probleem is en dan een oplossing bieden. Dat is wat wij dagdagelijks doen. We hebben heel vaak klanten die naar ons toe komen met echt een specifieke vraag, maar heel vaak ook gewoon: "Hé, dit is het probleem, kan je ons helpen?" Ik heb wel wat ervaring en in opleiding niet zozeer. We krijgen wel af en toe wat trainingen. Vooral sales gefocust die dan ook vooral de klemtoon leggen op het luisteren naar wat de klant wil. Niet zozeer uw verhaal te verkopen, maar eerder luisteren wat de klant zijn probleem is en van daaruit gaat het verder.

Maartje Kerfs

Ja, oké. En welke ervaring heb je met artificiële intelligentie?

Bart Grispen

Ervaringen, dat kan redelijk breed gaan. In mijn opleiding zelf, dus toen ik nog student was, heb ik ook wel wat ervaring gehad met artificiële intelligentie. Dat was dan vooral op de software development kant, dus met behulp van AI-libraries, een persoonsdetectie creëren met een camera op een klein computerbordje. Als je er voor ging staan, herkende die je ledematen, of als je dan meebeweegt volgt die je ledematen. Objectdetectie ook, als je dan een appel in beeld laat zien heeft die dan iets van: "Ah. Dat is een appel." Zo van die toestanden, dus echt gewoon vooral op softwarematig vlak heb ik vooral in mijn opleiding ervaring gehad. Toen dat ik hier ben beginnen werken, waren wij ook actief in een AI-researchgroep, dus dat waren gewoon een deel collega's die voor de lol meer research wilden doen over AI. Vooral omdat dat toen echt op aan het komen was. We spreken over de tijd dat ChatGPT bijvoorbeeld net uit kwam en zo van die toestanden. Dat is al een jaar of drie geleden. Toen was het echt zo: We zijn een testbedrijf, wat kunnen we met AI doen om klanten te helpen, om services uit te breiden en vooral ook efficiëntie te verhogen.

Ik spreek dan over projecten waar dat wij AI wilden inzetten. Als je een film kijkt, dan heb je natuurlijk een audio en een video track. Om te kijken als uw audio en video track wel in sync lopen, identificeert AI wie spreekt en kijkt dan of het geluid samenloopt met het beeld. Dus van die toepassingen zijn dat dan. We hebben AI gebruikt om echt een visual te maken. Daarbovenop waren wij ook nog wel redelijk actief binnen AI-werkgroepen, zoals bijvoorbeeld die van Thomas More. Dat was eigenlijk vooral een denktank waar een heel deel Vlaamse bedrijven om de paar maanden wel eens een keer samen zaten voor een paar uur. Wat is er nieuw binnen AI, wat doen jullie met AI en waar zit jullie evolutie of opportuniteit? Dit was eigenlijk op Vlaams niveau om er wat gewicht achter te duwen. Ondertussen is dit wel een beetje stilgevallen, mede doordat er andere, grotere organisaties binnen Vlaanderen zijn opgestaan met AI. Maar dat was vooral echt een ervaring en natuurlijk binnen het testen. Sinds de komst van ChatGPT en sinds dat AI heel veel gebruikt ging worden, is de testwereld ook wel mee op de kar gesprongen. We hebben bijvoorbeeld certificaten nu voor AI-testing.

Maartje Kerfs

Ah, oké.

Bart Grispen

Dus dat betekent dan dat je moet weten wat er achter AI zit, welke type modellen dat je hebt, wat de voor- en nadelen van de verschillende modellen zijn. We testen software dat met AI werkt, want dat is toch wel een relatief andere aanpak dan gewoon een standaard software testing. In dat opzicht heb ik al redelijk wat aspecten aangeraakt. En ja, als laatste, ik gebruik AI tegenwoordig heel veel om content te genereren, dus om marketingposts op te zetten, LinkedIn posts, om whitepapers te schrijven, blogposts, noem maar op. Ik denk dat veel van onze posts die online komen ofwel geholpen zijn door AI, ofwel opgezet zijn door AI. Dus in dat opzicht probeer ik het redelijk veel te gebruiken.

Maartje Kerfs

Ja oké, dus het is toch wel iets waar jullie dagelijks mee in aanmerking komen?

Bart Grispen

Ja, ik gebruik het zelf wel bijna op dagelijkse basis, toch wel zeker wekelijks. Ook omdat wij met heel veel certificatieprogramma's zitten hè, dus standaarden gelijk USB, HDMI, Wi-Fi en noem maar op. We durven af en toe wel aan AI eens vragen "Hoe zit dat, hoe zit dat? Hier zijn een heel deel van de documenten van de specificaties en leg die al langs elkaar en leg me dan eens even uit waarom dat

die parameter zoveel is.” Ja, weet je, in plaats van dat je zelf door 2000 pagina’s moet gaan, kunnen we gewoon vragen: “Hé, leg me dan eens goed uit, want de ene zegt dit en de andere zegt dat.”

Maartje Kerfs

Ja.

Bart Grispen

Dus ja, in dat opzicht komen we relatief vaak in aanraking met AI. Dus ik persoonlijk ook wel.

Maartje Kerfs

Ja. En van welke concrete tools maak je dan gebruik?

Bart Grispen

Ik gebruik vooral ChatGPT tegenwoordig. Dat is toch wel hetgeen ik het meeste gebruik. Er was nog een andere die een collega van mij een paar weken geleden heeft meegegeven, maar die naam ben ik eerlijk gezegd kwijt. Maar dat was eigenlijk een samenraapsel van ChatGPT en nog andere modellen, maar vooral gebruiken wij ChatGPT. Toch wel zeker om blogposts te genereren, omdat wij niet heel actief zijn in grafische media.

Maartje Kerfs

Ah ja, oké.

Bart Grispen

Dus ik heb geen andere modellen nodig om een post of een foto of eender wat te genereren. Wij hebben alleen tekst nodig.

Maartje Kerfs

Ja.

Bart Grispen

Dus in dat opzicht is ChatGPT het gemakkelijkste.

Maartje Kerfs

Waarom heb je gekozen voor ChatGPT?

Bart Grispen

Goh ja, het is heel toegankelijk en het is ook een taalmodel.

Maartje Kerfs

Ja.

Bart Grispen

De verbinding is even weg.

Maartje Kerfs

Ja, precies. Nu is het terug.

Bart Grispen

Oké, maar ja, dus het kwam er eigenlijk op neer dat ChatGPT het meest voor de hand liggende is, het meest toegankelijke en ook meest bereikbare. Ja ik zou zeggen, vooral voor die redenen.

Maartje Kerfs

Ja, dat begrijp ik. En wat zijn volgens jou de voordelen van AI binnen communicatie?

Bart Grispen

Goh. Eén van de grote voordelen is dat je heel rap content bijeen hebt, dus als je dan zegt van: “Hé, maak mij een post over iets.” Ja, binnen 10 seconden heb jij echt een post, hè?

Maartje Kerfs

Ja, klopt.

Bart Grispen

Hoe meer context jij creëert, hoe specifieker dat die wordt. Ik heb ook al zitten spelen met een bepaald doelpubliek, want wij testen hardware. Dat is voor Jan met de pet meestal niet interessant. Je moet dus een specifiek doelpubliek bereiken. Als je dan nog eens vraagt van: “Hé, dit is het type elektronica engineer die that kind of stuff kan”, dan kan ik er goed mee overweg. Dus in dat opzicht vind ik dat wel een heel krachtige tool. Het nadeel daarin... Ja, dat is misschien de volgende vraag al.

Maartje Kerfs

Ja, maar vertel gerust verder.

Bart Grispen

Het nadeel is een beetje dat ik schrik heb dat iedereen dat heel rap gaat gebruiken, omdat het zo toegankelijk is. En dan gaat de content zijn gewicht verliezen, want trop is teveel. In dat opzicht gaat er gewoon meer en meer content gepusht worden, omdat in plaats van dat een marketingpersoon een post per dag kan schrijven, kan hij er een per uur doen. Dus in dat opzicht wordt het alleen maar meer en meer en meer. En ja, dan verliest content zijn waarde, hé. Want ja, dan is het weer de zoveelste AI-post.

Maartje Kerfs

Ja, inderdaad.

Bart Grispen

Dus ja.

Maartje Kerfs

Ja, dat snap ik zeker. Dus ja, je gebruikt dan voornamelijk ChatGPT. Zijn er nog andere tools die je gebruikt of niet echt?

Bart Grispen

Momenteel niet echt. Ik ken wel wat andere tools, daar niet van, maar ik gebruik eigenlijk vooral ChatGPT, omdat dat voor ons inderdaad het meest gemakkelijke is en wij hebben ook niet zo vaak het gevoel, allé ik persoonlijk, want ik ben eigenlijk degene die het heel veel gebruikt... Ik heb niet zo vaak het gevoel dat er misschien nog iets beters is.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké.

Bart Grispen:

Ik ben vaak wel redelijk content met wat ik er terug van krijg. Dus ja, in dat opzicht heb ik zoiets van, als je content bent, dan moet je geen tijd verkwisten om een halve dag met een andere tool te prullen, time is money. Als ik mijn marketing post krijg of als ik mijn analyses krijg van ChatGPT en dat is goed genoeg... Dan zal ik niets beters zoeken, om het zo te zeggen.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik. Hier bij Visit Limburg vonden ze wel dat ChatGPT soms authenticiteit miste in de teksten. Vind jij dat ook?

Moet je bijvoorbeeld de tekst ook nog veel aanpassen of kan je dat eigenlijk zo goed als rechtstreeks overnemen?

Bart Grispen:

Dat valt redelijk goed mee bij ons, omdat ik aan ChatGPT vraag: “Maak het niet te cheesy, maak het niet te marketingie. Houd die sales tone-of-voice onder controle.” Het is de content van het bericht dat belangrijk is en het valt op als het te veel marktkramertoestanden zijn.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik.

Bart Grispen:

Ik snap Visit Limburg wel, maar ik heb dan de opinie van: oké, misschien is het niet de tool die je iets slechts geeft, maar heb je geen goede query aan de tool gegeven. Weet je, als je de context een beetje goed kneedt en bekleedt, dan heb ik de indruk dat je daar heel veel mee kan voorkomen.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Het is een beetje proactief uw query opstellen of bijwerken. Maar ja, ik snap dat ergens wel. Ja, Visit Limburg is misschien heel anders dan een bedrijf gelijk wij die op globale schaal werken, hè? Ook op gebied van marketing, want we hebben eigenlijk nagenoeg geen enkele Belgische klanten. Dus wij spreken echt over heel Europa en heel de wereld.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké.

Bart Grispen:

Wat je dan ook een beetje hebt, is dat je je doelpubliek moet kennen. Ik kan me wel inbeelden dat als jij een toeristische organisatie bent, dat die cheesy marketingdingen dan ook niet pakt, hé? Zeker niet in een land als België, waarin we niet echt assertief zijn.

Maartje Kerfs:

Klopt, inderdaad.

Bart Grispen:

In België is dat wel moeilijker en we merken dat wel bij andere concurrerende bedrijven dat die daar ook wel zo serieus wat marketingsaus over durven kappen met momenten. Ken uw doelpubliek en wees voorzichtig in uw query. Hoe je een request doet van: “Maak mijn marketing post dit of dat.” Maar het is niet alleen dat, je moet ook een beetje de context meegeven waar dat terechtkomt, wie gaat dat zien...?

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

We willen die of die persoon aanspreken, zoals de gemiddelde Belg. Ik denk dat ChatGPT ook wel begrijpt wat je daarmee bedoelt. Het is echt een beetje kneden op voorhand. Ik heb soms het gevoel dat mensen ChatGPT gebruiken en denken dat dat een wondermiddel is. Van: “Ik zeg 3 woorden en ik krijg exact wat ik wil hebben”, maar zo werkt het niet. Je moet het nog altijd wel genoeg input geven en dat is voor veel mensen een leertraject.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké.

Bart Grispen:

Dat denk ik wel, ja...

Maartje Kerfs:

En ben je dan van mening dat je ook altijd volzinnen moet gebruiken of kan je gerust met trefwoorden werken?

Bart Grispen:

Trefwoorden gebruik ik eigenlijk niet zozeer, omdat ik het graag uittyp en dan maak ik er een alinea van. Dus trefwoorden gebruik ik niet per se. Ik ben ingenieur, dus ik heb zo iets van: dat gaat fout gaan. Ik kan gewoon deze stap skippen en het gewoon direct tegoei uittypen, dan kost me dat maar een minuut of twee en dan klaar.

Maartje Kerfs:

Ja, dat klopt.

Bart Grispen:

Trefwoorden zijn te volatiel in wat je terug gaat krijgen, denk ik dan.

Maartje Kerfs:

Oké ja, dus je probeert wel echt heel specifiek te zijn en veel details te geven in je prompts?

Bart Grispen:

Ja. Ik heb altijd een beetje het gevoel: hoe meer specifiek ik ben in het creëren van mijn context en het creëren van mijn topic, hoe beter dat ik het resultaat ga krijgen.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké.

En wat zijn volgens jou de meest voorkomende fouten bij het opstellen van een prompt?

Bart Grispen:

Ja, ja, het is een beetje gelijk ik zei. Niet genoeg context scheppen en een vaag onderwerp geven hè? Als ik een blogpost zou schrijven en ik zeg: "Schrijf mijn blogpost over USB-certificatie".

Maartje Kerfs:

Ja...

Bart Grispen:

Maar wat meer? Want je wilt ook iets vertellen over het bedrijf. Je wilt ook vertellen dat jij een Test Lab bent voor USB-certificatie. Je zou ChatGPT eigenlijk moeten overtuigen om een tekst over jou te schrijven.

Maartje Kerfs:

Ah ja, goede tip.

Bart Grispen:

Als je naar een random marketingbureau gaat, gaan die ook allemaal vragen stellen. "Wie ben je, wat is het bedrijf, wat doen jullie?" Je moet een beetje een verhaal scheppen van: Wie zijn wij, Wat doen we en Waarom zou je tot bij ons moeten komen?

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Als ik een post schrijf, stel ik soms de vraag: Waarom zou iemand geëngageerd worden om daar actie in te ondernemen? Waarom zou iemand geëngageerd zijn om contact met ons op te nemen om iets te testen?

En dan moet je wat meer argumentatie geven aan ChatGPT. Zo kan die dat verwerken en een betere output geven.

Maartje Kerfs:

Oké.

Bart Grispen:

Hoe meer informatie je geeft, hoe meer biasen, maar hoe beter dat hij eigenlijk iets kan kneden voor u.

Maartje Kerfs:

Ja oké, en ben je eigenlijk van mening dat het ook beter is om in het Engels iets in te geven? Krijg je dan betere resultaten of mag dat gewoon in het Nederlands zijn?

Bart Grispen:

Ja, wij doen alles in het Engels, in principe, omdat we een internationaal bedrijf zijn. Maar ik heb ook wel zelf ChatGPT ingezet voor andere topics, dus niet-werkgerelateerde zaken, en ik vind dat het eigenlijk voor het Nederlands wel redelijk goed zijn werk doet. Het kan echt heel gemakkelijk dingen interpreteren in het Nederlands. En het vertalen ook: als je iets in het Nederlands geeft, kan die in het Engels antwoorden daarop. Je merkt nog wel dat die interpretatie goed is.

Maartje Kerfs:

Ja, oké.

Bart Grispen:

In het Nederlands zeggen we wel wat dingen tussen de lijnen door en als je geen Nederlands spreekt, begrijp je dat niet. Maar in dat opzicht denk ik wel dat het redelijk goed meevalt nu.

Als je werk in het Nederlands gepubliceerd moet worden, zou ik het wel in het Engels prompten.

Maartje Kerfs:

Ja oké.

Bart Grispen:

Dus dat ik eigenlijk een post krijg in het Engels en het dan zou vertalen. Dat zou ik persoonlijk wel doen, omdat ik zoiets heb van: dat model is getraind in het Engels en het kan perfect dingen doorvertalen. Ik heb het gevoel dat het in het Engels misschien toch altijd iets succesvoller lijkt dan in het Nederlands. Maar dan voeg je een extra stap toe en deze stap wil ik kwijt. Ik wil zo gauw mogelijk de output krijgen van ChatGPT, zonder dat die daar vertalingen tussen moet gaan duwen en van die toestanden.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké.

Bart Grispen:

Ja, het is een voorkeur. Ik denk niet dat het veel verschil uitmaakt, maar ja, het is wat je prefereert, denk ik.

Maartje Kerfs:

Ja oké, dat snap ik.

Dan ga ik nog eens denken wat de werknemers zeiden.

Ja, bij het prompten, zeiden ze soms wel dat ze dan meerdere prompts moesten ingeven eer dat ze tevreden waren, maar dan vergat hij bijvoorbeeld terug de eerste prompt. Heb je daar nog tips voor?

Bart Grispen:

Ja, dat klinkt heel banaal, maar soms gewoon je vorige queries terug meepakken. Ik heb soms ook gemerkt dat hij wel eens iets vergeet of dat hij een paar queries later die fout opnieuw maakt. Zo dat die de correctie geskipt heeft. In dat opzicht moet je het dan maar eventjes terug duidelijk maken en dan corrigeert hij dat wel.

Maartje Kerfs:

Ja, oké.

Bart Grispen:

De grote fout die je dan kan maken is een beetje lui zijn en zeggen van: "Dat is niet juist." Maar dan gaat hij je vorige queries ook niet goed meepakken.

Het beste wat je kan doen als je vijf of zes queries diep zit, en hij is dingen door elkaar aan het halen, gewoon even terug kaderen. Je kopieert je queries en plakt die in één alinea. In dat opzicht zou hij zichzelf weer terug recht moeten trekken.

Maartje Kerfs:

Ah ja, dat is goed.

Het blijft precies weer even hangen.

Bart Grispen:

Hallo?

Maartje Kerfs:

Ja, het bleef weer even hangen.

Bart Grispen:

Ik weet niet of het aan mijn internet ligt of dat van u, eerlijk gezegd.

Maartje Kerfs:

Het kan ook aan mijn internet liggen. Ik heb geen idee.

Bart Grispen:

We zullen zien en anders zal ik wel even wisselen van wifi. Maar ja, inderdaad, het model is soms even in de war en dan raak jij in de war. Dan moet je terug een baseline leggen in een alinea, dus alles terug bijeen rapen en zo verder gaan.

Maartje Kerfs:

Ah ja, goede tip.

Bart Grispen:

Dus ja dat wel.

Maartje Kerfs:

Oké en zou je voor een bedrijf als Visit Limburg de betalende versie aanraden van ChatGPT, want heeft dat echt een grote meerwaarde ten opzichte van de gelimiteerde?

Bart Grispen:

Hangt er vanaf hoeveel berichten je eigenlijk op een dag zo wat wil doen. Ik denk dat je met een niet-betalende op het nieuwste model een bericht of 20 kan doen per dag. Dus in dat opzicht zie ik geen groot verschil. De kosten zijn ook relatief laag, €20 per maand ofzo per persoon, dus dat is nog çava, vind ik.

Maartje Kerfs:

Oké.

Bart Grispen:

Dus ja, het is een beetje case by case bekijken. Is het één persoon die dat dan gebruikt of zijn dat 10 personen? Dat weegt allemaal door, hé?

Voor een toeristische organisatie... Het ding is binnen ChatGPT heb je verschillende modellen die je kan gebruiken. Maar ja, dat is ook weer specifiek op wat je doelgroep eigenlijk is.

Ja, want je hebt dan verschillende modellen voor planning of ideeën om te brainstormen. Ik heb het generieke model, je hebt modellen voor programmeren en logica, dus het is een beetje wat je zelf dan wel verwacht. Ik denk dat dat voor zo'n lage kost altijd wel interessant is om eens te exploreren. Dat je een subscriptie van een maand gaat pakken en zien als we daar het uithalen of omgekeerd dat je tegen de limitaties aanloopt van: we kunnen maar 20 berichten per dag ofzo doen op het nieuwste model. Dat is, ja, een beetje exploreren en kijken of er een meerwaarde in zit. Je moet de meerwaarde wel kunnen zien...

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Dus ja.

Maartje Kerfs:

En zitten die verschillende modellen dan binnen ChatGPT?

Bart Grispen:

Ja ja.

Maartje Kerfs:

Moet je die apart aanduiden ofzo, of is dat gewoon afhankelijk van de prompt?

Bart Grispen:

Nee, nee, die kan je zelf kiezen, die opties zitten bij het generieke 4.0 model.

Maartje Kerfs:

Ah oké, dat wist ik nog niet.

Bart Grispen:

Als je dan een betalende scriptie hebt, dan kun je in een dropdown menu kiezen van: oh ja, nu wil ik het model gebruiken om te programmeren ofzo en dat geeft inderdaad soms wel betere resultaten.

Maartje Kerfs:

Ah, ja.

Bart Grispen:

Maar ja. Ik denk dat het vooral afhangt van hoeveel queries je wil doen op een dag. Dat is de voornaamste factor, denk ik.

Maartje Kerfs:

Oké, dat is goed en gebruik je ChatGPT soms om afbeeldingen te genereren voor je posts of enkel de tekst?

Bart Grispen:

Ik heb het wel eens geprobeerd, maar dat was geen succes. Ik zal het zo zeggen, niet per se voor posts, maar voor andere topics.

Maartje Kerfs:

Oké.

Bart Grispen:

Ja, ik heb daar wel eens wat mee zitten spelen en uiteindelijk was het niet zo goed...

Ja, ik heb daar heel weinig ervaring mee, omdat wij ook weinig grafische dingen doen qua marketing. Maar ja, dat zal ook het verhaal zijn dat je heel specifiek moet kunnen kaderen wat je verwacht.

Maartje Kerfs:

Oké, ja.

Bart Grispen:

Hoe vager je bent, hoe vager je antwoord.

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar.

Bart Grispen:

Dus ja.

Maartje Kerfs:

En moeten jullie soms ook iets van data-analyse doen of dat niet echt?

Bart Grispen:

Dat gebeurt wel eens, maar in principe niet. Heel veel data die we hebben is achter NDA's, dat is een Non Disclosure Agreement. Die gegevens mogen we niet zomaar vrijgeven. Dat mogen wij niet bespreken met externe partijen, waaronder ChatGPT.

Dus ja, er zit ook data bij dat niet bestemd is om buiten de deuren te gaan. Dat is gewoon tussen ons en onze klant en meer ook niet. Dus in principe mogen wij dat zelfs ook niet met ChatGPT delen.

Dus ja, in principe niet echt. Misschien dat er collega's zijn hier die meer binnen de Financial tax zitten die daar wel gebruik van maken. Maar ja, voor wat wij hier doen, niet echt.

Wel specificatie-analyse, want specificaties zijn publiek beschikbaar.

Dan neem ik alle specificaties en geef ik die aan AI van: "Hé, hier zijn alle specificaties. Ik heb vragen hier rond, geef mij daar eens wat meer uitleg van." Dus geen data analyses maar technische analyses.

Maartje Kerfs:

Ja. En hebben jullie een online AI-omgeving op het werk, of dat niet?

Bart Grispen:

Nee, ik gebruik gewoon de ChatGPT-website.

Maartje Kerfs:

Oké. Dus iedereen gebruikt gewoon individueel artificiële intelligentie?

Bart Grispen:

Ja ja, inderdaad. We hebben geen gezamenlijke omgeving.

Maartje Kerfs:

Oké, geen systeem dus. Ken je nog andere tips & tricks om te prompten, naast heel concreet zijn en veel details geven?

Bart Grispen:

Niet per se, ik denk dat dat de essentie is van de zaak. Als je goed begint, dan bespaar je heel veel tijd uit, dus je kan beter tegoei een prompt schrijven dan met iets half beginnen en zien waar het eindigt. Het kan soms ook wel helpen voor wat inspiratie.

Ja, je moet echt kunnen bouncen daarmee. Dus echt gewoon gedachtes afbouncen en zien wat er uitkomt.

Extra tips zou ik niet echt kunnen geven. Wat je hebt gezegd is het voornaamste. Dat is wat ze bij ons in de opleiding meegaven. Probeer zo concreet en duidelijk mogelijk te zijn van in het begin.

Maartje Kerfs:

Oké. Ja en dus ook een persona meegeven van de organisatie, dus over Visit Limburg?

Bart Grispen:

Ja, echt een context creëren en niet gewoon “Maak mij dit”. Echt een verhaal creëren. Je moet proberen te verkopen aan ChatGPT. En als je dat verkoopt, dan haal je echt al de goede punten aan.

Maartje Kerfs:

Oké. En zou het dan bijvoorbeeld handig zijn als ik voor de medewerkers hier een soort van basis prompt zou creëren waar ze altijd op terug kunnen vallen?

Bart Grispen:

Een soort van template ofzo, ja.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Het is hoe meer informatie, hoe beter, dus het is dan nuttig als je een prompt wil maken voor een bepaalde post of marketing campagne.

En aan het begin van je request kunnen ze je voorbereiding geven: Wij zijn Visit Limburg, wij bestaan sinds zoveel jaar, dit is wat wij doen, dit is al wat wij gedaan hebben, wij zijn bekend van, wij willen het volgende doen, ons doelpubliek is dit soort personen, het event dat wij willen plannen is die datum, het is in de zomer, dan heb je meestal goed weer... Heel veel van die positieve dingen opgooien.

En in hun template kan je heel veel dingen steken die altijd terug gaan komen. Wat is uw organisatie, wat doen jullie...? Echt een beeld scheppen van de intentie, dan kan je het misschien nog onderverdelen naar verschillende doelgroepen. Je kunt zelfs zo ver gaan door de tijd van het jaar te zeggen. Het is rond de kerstperiode of de zomer of Pasen... Ik noem maar iets op hé.

Zo van die dingen. Je zou zelfs kunnen zeggen als het in de buurt is van een bepaalde locatie... Dat is dan niet voor een template zozeer, maar dan kan je zeggen: Het ligt in Genk, dat is dicht bij Bokrijk. Dat je hem zowat helpt van: hier, dit is het verhaal, maak er iets van. Dus hoe meer je geeft, hoe beter en templates helpen daar ook wel mee, want dat bespaart je dan heel veel tijd door altijd hetzelfde mee te geven in een prompt, hè. Want uiteindelijk start je vaak van nul bij ChatGPT.

Dus een template kan echt wel helpen.

Je kan hem zelfs vragen: “Maak een template voor toekomstige marketingposts voor Visit Limburg, zodat wij een duidelijke context hebben die we dan kunnen gebruiken in de prompts voor

marketingpost-requests". Ik denk als je dat probeert, dat je iets heel nuttigs terug zal krijgen. Dus gebruik AI om AI te gaan gebruiken.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké!

Bart Grispen:

Het is een tool he, dus...

Maartje Kerfs:

En ik had ook gehoord van iemand dat je je prompt zelf ook kan laten verrijken door AI. Klopt dat?

Bart Grispen:

Ja.

Maartje Kerfs:

Dat klopt, oké.

Kan je dat in ChatGPT ergens aanduiden?

Bart Grispen:

Ja, je kan ook gewoon vragen van: "Dit zijn mijn dingen en dit is wat ik wil bereiken. Welke info kan ik je nog best geven?" Heel vaak bij ChatGPT krijg ik heel courant wel eens de vraag dat hij twee dingen voorstelt. Dus antwoord één en antwoord twee, en dan vraagt hij welke van de twee je beter vindt. Daar baseert hij zich dan ook wel op voor de volgende antwoorden.

Dus ja in dat opzicht kan je daar redelijk veel mee. Het is echt gewoon vooral een kwestie van: hoe beter je het verhaal schept, hoe beter resultaat of meer efficiënt het zal zijn. Uiteindelijk geraak je er allebei, maar voor sommigen duurt het dan een half uur en voor anderen twee minuten.

Maartje Kerfs:

Oké. Ja. En ja, je gebruikt dan voornamelijk ChatGPT voor teksten, dus voor taal. Maar zou je dat ook als zoekmachine goed kunnen gebruiken of is dat minder betrouwbaar?

Bart Grispen:

Ja. Dat hangt er een beetje vanaf. Ik heb daar wel eens dingen aan gevraagd, aan ChatGPT. Dan niet per se voor het werk, maar voor discussies met collega's dat we niet zeker wisten hoe of wat. Vooral voor factchecking en van die toestanden, waarvoor je eigenlijk Google zou kunnen gebruiken. Of ik zoek een bedrijf dat dit doet of dat doet in deze regio.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Zo van die dingen. Je kunt er eigenlijk elke vraag wel op bouncen. Het enige wat je een beetje in het achterhoofd moet houden... Ik weet niet wat de huidige dataset is geweest, maar ik weet nog toen ChatGPT pas uitkwam, al die data die hij had, hè... Alle facts die hij had, waren van meer dan een jaar geleden. Dus het is niet als gisteren iets gebeurd is, dat hij je dat kan vertellen. Als ik nu aan ChatGPT vraag, wanneer is Willy Naessens gestorven, die gaat dat niet weten, hè? Ook al was dat gisteren, die weet dat niet, omdat hij getraind is op x aantal tijd geleden. Dus daar moeten we wel heel voorzichtig mee zijn. ChatGPT leeft in het verleden.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Het is alleen een beetje vaag hoe lang in het verleden, het zal niet heel lang zijn, maar dat is gewoon iets wat je in het achterhoofd moet houden. Zeker als je over heel recente dingen wil posten. En zeker als je als toeristische organisatie posts wil maken die gelinkt zijn aan maatschappelijke gebeurtenissen. Dat geeft toch wel altijd eventjes koffiedik kijken, in de zin van: oké, als we hier cijfers gaan induwen, facts gaan induwen, waar komen die van? Nu, we kunnen dat wel aan ChatGPT vragen als hij cijfers bovenhaalt: “Waar haal jij dat uit?” Heel vaak krijg je de bron zelfs automatisch erbij, dus automatisch links en een URL. Dan zegt hij van: “Hier kan je naartoe gaan, daar staat dat vermeld.”

Maartje Kerfs:

Ja, oké.

Bart Grispen:

Tegenwoordig zegt hij ook al van wanneer die bronnen zijn. Dan moet je dat zelfs niet meer in een vervolgvraag sturen, van: “Hé, van wanneer is dat nu?” Dus in dat opzicht is het wel aanzienlijk verbeterd, maar je moet dat gewoon in je achterhoofd houden. Je moet er niet altijd op vertrouwen dat het altijd accuraat is.

Maartje Kerfs:

Oké, want hier is bijvoorbeeld ook iemand die reizen uitstippelt door Limburg, maar die kan het dan best niet gebruiken om openingsuren of prijzen te vragen? Omdat dat niet echt up-to-date is dan?

Bart Grispen:

Ja, je kan dat vragen, maar je moet er gewoon rekening mee houden dat je het best dubbelcheckt.

Maartje Kerfs:

Ja oké.

Bart Grispen:

Dus, je kan gerust de data gebruiken die hij geeft, maar je moet het dan gewoon verifiëren. Want je kan het nog altijd gebruiken om een hele route uit te stippelen en van die toestanden. Als je die openingsuren checkt en je zegt tegen ChatGPT: “Hela, die openingsuren kloppen niet meer, dat is veranderd”, dan kunnen we dat wel gebruiken om nog een alternatieve route te genereren, hè? Dus dan zeg je hem eigenlijk van: “Hé, die data klopt niet meer, maak er iets nieuws mee.”

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Als die openingsuren niet kloppen, dan zit je nog steeds met een route waar je niks aan hebt. Dus dan kunnen we gewoon die feedback geven en zo gaat de bal aan het rollen. Sommige mensen denken dat ze maar één query kunnen doen en dan klaar. Je kunt daar echt in dialoog mee gaan, in de zin van: “Dat is niet wat ik wil, die data klopt niet, verander dit en dit...” In dat opzicht is dat heel krachtig, hè.

Maartje Kerfs:

Ja, Ja, dat klopt. Hier is ook een webmaster. Zou die dan ChatGPT kunnen gebruiken om te programmeren? Dus echt met codes werken of zou die daar niet goed in zijn?

Bart Grispen:

Dat werkt verrassend goed. Nu ja, volgens mijn collega is die soms qua code niet fantastisch, maar van wat ik er al mee gedaan heb, is het goed.

Maartje Kerfs:

Ja oké.

Bart Grispen:

Zelfs als je vraagt van: "Maak mij een code die dit doet." Als je het duidelijk genoeg kunt scheppen, krijg je daar echt wel iets nuttigs uit. Toen ik als consultant nog werkte op locatie bij klanten, heb ik ook wel af en toe ChatGPT gebruikt, in de zin van: "Hé, schrijf mij een Python-code die dit of dat doet of die dit soort data converteert naar dat soort data." Dan werkte dat meestal nog wel relatief goed. En als dat dan niet werkte van de eerste keer, dan zei ik hem dat gewoon van: "Hé, ik krijg die foutmelding." "Ah ja, dan moet je hup hup..." En dan werkt het ineens wel.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Dus ja, in dat opzicht vind ik hem best wel oké werken. Binnen de IT-industrie zijn er ook wel redelijk wat mensen die zorgen hebben. Wij schrijven eigenlijk geen codes hè, maar heel veel IT-bedrijven die echt software development doen, die hebben toch wel wat schrik. Ja, als ik product owner was, dan moet ik iemand inhuren die 3 maanden werkt om iets te moeten ontwikkelen. Of ik kan zelf een week met ChatGPT prullen en ik heb ook iets dat werkt. Qua kost spreken wij over €20 per maand. Of ja, een consultant voor 3 maanden, dat is €30.000 - €40.000 hè, dus.

Maartje Kerfs:

Ja echt een verschil.

Bart Grispen:

Ja. Dan laat je jouw producent toch een weekje proberen, hè? Als het dan nog niet werkt, dan heeft hij eigenlijk niks verloren, hè?

Maartje Kerfs:

Ja, inderdaad.

Bart Grispen:

Dus in dat opzicht... Veel IT-bedrijven zullen wel een manier vinden om erdoor te komen en die passen zich wel aan, hè? Maar ja, veel developers, en zo. Ja, ik ken er wel een paar die toch wel wat schrik hebben dat het misschien toch wel hun jobs overpakt. Dus qua code is het relatief krachtig.

Maartje Kerfs:

Ja. Ja oké. Dat had ik niet verwacht.

Bart Grispen:

De meningen zijn heel verdeeld daarover. Ik vind dat heel verrassend. Ik heb nogal met mensen gesproken, die dan ook zeggen: "Ja, nee, qua code werkt dat toch niet goed" of "Ik ben daar niet zo content van". Nu, langs de andere kant, dat zijn ook heel vaak wel software developers geweest, dus die gaan nooit van AI zeggen dat dat supergoed werkt, dan hebben die mannen allemaal geen job meer de volgende dag. Normaal dus.

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar.

Bart Grispen:

In dat opzicht zijn die wel redelijk biased. Ik vind het persoonlijk verrassend goed werken voor wat het moet doen. Het is bij code zelfs nog belangrijker dat je heel goed je requirements opstelt.

Maartje Kerfs:

Oké ja.

Bart Grispen:

En ja, in dat opzicht moet je wel nog altijd iets begrijpen van code. Maar ik ken zelfs software developers die tegenwoordig ChatGPT gebruiken om feedback te krijgen op hun issues, soms succesvol, soms niet. Maar ja, het is een tool.

Maartje Kerfs:

Ja. Oké.

Bart Grispen:

En in de tijd voor AI... Dat klinkt heel lang geleden... Als je issues had met je code, dan googelde je het ook gewoon, hè? En dan kreeg je Stack Overflow-resultaten en zo is er in dat opzicht niks veranderd, alleen gaat het nu een beetje gemakkelijker.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Dus ja.

Maartje Kerfs:

Oké ja. Ik denk dat we zo goed als op het einde zijn gekomen van het interview. Is er nog iets dat je zou willen aanhalen of denk je dat we iets zijn vergeten te bespreken?

Bart Grispen:

Nee, niet per se zelf. Ik vind gewoon dat iedereen eens een keer moet prullen met AI, eens kijken wat je daarmee kunt doen. Je kunt er echt verrassend coole dingen mee doen in duizend-en-één verschillende onderwerpen.

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar.

Bart Grispen:

Allé, ik gebruik het nu veel op technisch vlak, maar je kan het evenzeer voor je huis, tuin, keuken gebruiken. In dat opzicht heb ik zoiets van: "Mensen, probeer het eens uit." Langs de andere kant vind ik het ook wel belangrijk dat mensen er bewust mee omgaan. Hoeveel dat AI impact heeft op onze samenleving, maar ook op ons klimaat.

Maartje Kerfs:

Kan je dat wat meer uitleggen?

Bart Grispen:

Mensen van de Europese Unie zijn ermee bezig om meer awareness te creëren rond het gebruik van AI. Veel mensen begrijpen niet hoeveel rekenkracht daarachter zit en hoeveel energie dat dat verbruikt, hé?

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar.

Bart Grispen:

Het is misschien ietsjes veranderd, maar niet veel. Een goed jaar geleden ofzo zat ik ergens op een seminarie waar ze zeiden van: “Het is slechter voor het milieu om aan uw Alexa te vragen om het licht uit te doen, dan die lamp voor een uur te laten branden.”

Maartje Kerfs:

Oh nee, ja...

Bart Grispen:

Dus, dat geeft dan maar een idee van hoe impactvol AI eigenlijk is. Iedereen zit hier maar queries te typen, heel de dag op ChatGPT, en dat verbruikt gigantisch veel stroom. Het trainen van die modellen alleen al gebruikt gigantisch veel stroom. Ik weet niet, ik denk dat ze ergens ooit hebben geschreven hoeveel energie het eerste ChatGPT-model of de laatste nieuwe versie verbruikt. We spreken over een gemiddeld landverbruik op een paar dagen tijd ofzo, hé. Over zoveel energie spreken we.

Maartje Kerfs:

Ja, dat is enorm veel.

Bart Grispen:

Dus in dit opzicht is de EU wel veel bezig om awareness te creëren rond AI. Ja, dat het toch wel een impact heeft op het milieu ook, want daar staan heel veel mensen niet bij stil. Dat verbruikt allemaal heel veel energie, hé. Als je een prompt ingeeft, is dat niet zomaar een websiteje dat je dat teruggeeft, hé. Daar zit ergens een serverrek dat op dit moment heel wat stroom erdoor jaagt voor uw search query.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Dus dat opzicht... Ik heb zelfs ooit een debat gehoord waarin ze zeiden dat het zelfs verplicht zou moeten zijn om aan te tonen hoeveel energie je gebruikt om een query te doen en van die toestanden. Dat gaat misschien net iets te ver. Want ja, ik zie nu ook niet hoeveel de lamp verbruikt en qua elektriciteit is dat ook heel de dag aan, hè dus...

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar.

Bart Grispen:

Maar ja, gewoon die awareness van: hé, dat verbruikt nogal. Dat is niet voor niks, hè. Ik bedoel: je betaalt €20 per maand, maar dan is er de vraag of er ook iets sustainable achter zit. Dat is ook wel een topic, dus ja... Ik weet niet of je bekend bent met Explainable AI?

Maartje Kerfs:

Nee.

Bart Grispen:

Je kan dat eens opzoeken, explainable AI. Dat is eigenlijk een term voor mensen die heel weinig affiniteit hebben met AI. Ze willen die meer duidelijkheid geven. Het is bijvoorbeeld ook verplicht volgens de Europese wetgevingen dat AI explainable is, dus dat jij kunt uitleggen waar je model vandaan komt, welke data je gebruikt hebt voor je model, hoeveel energie je model gebruikt...

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké.

Bart Grispen:

Maar ook dat het een beetje uitlegbaar is voor Jan met de Pet. Wat gebeurt er met de data? Waar komt die data vandaan? Waar komt dat antwoord vandaan... Dat neurale netwerk, hoe hangt dat aan elkaar. Zo van die dingen... Die explainable AI daarin is voor de maatschappij echt wel een belangrijk punt, waarop ze soms veel nadruk leggen. Misschien zelfs te veel, omdat ik zoiets heb van: ja boeien, geef mij gewoon die coole dingen maar.

Maartje Kerfs:

Ja.

Bart Grispen:

Ja nee inderdaad, dat is wel belangrijk, ja. Ik denk dat dat misschien nog wel een belangrijk deel is van dat verhaal.

Maartje Kerfs:

Ja, ja. Voor mijn bachelorproef moet ik uiteindelijk tot een duurzame oplossing komen, maar dat is wel moeilijk rond AI, natuurlijk.

Bart Grispen:

Ja, definieer duurzaam...

Dat kun je op heel veel verschillende manieren interpreteren. Ik bedoel, als je model qua stroom werkt met een groene leverancier, dan ben je ook al met duurzame energie bezig, hé.

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar.

Bart Grispen:

Je kunt het ook anders bekijken, hè? Stel dat jij AI gebruikt om een bepaalde route in te plannen die je normaal gezien met een auto zou moeten plannen, dan ben je niet in je auto gestapt om te rijden.

Maartje Kerfs:

Ah zo, ja.

Bart Grispen:

AI zelf zal nooit duurzaam zijn, maar AI kan als alternatief duurzaam worden.

Maartje Kerfs:

Ah ja.

Bart Grispen:

Als je het vergelijkt met wat je anders had moeten doen, is dat dan duurzamer? Dat weet ik niet. Als jij een hele dag tijd nodig hebt om een marketingpost te schrijven of het kost je twee minuten tijd om het met AI te doen. Dat is ook duurzaam op een bepaalde manier, hè? Omdat je dan tijd bespaart, hé?

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar.

Bart Grispen:

De mensen die op kantoor zitten, dat kost ook energie, koffie, wat nog allemaal...?

Time is money en it saves time, dus in dat opzicht is dat wel duurzaam. Je moet gewoon in je achterhoofd houden waar de limiet ligt van het gebruik van energie, en zo. In dat opzicht kan AI duurzaam zijn, maar het gaat nooit zelf duurzaam worden.

Maartje Kerfs:

Oké.

Ja, dat is echt mooi gezegd. Dat is een goede quote. Dan ga ik nog een samenvatting geven van het interview, als dat goed is?

Bart Grispen:

Tuurlijk, natuurlijk.

Maartje Kerfs:

Dus ja, je gebruikt voornamelijk ChatGPT, vooral op technisch vlak en taalgerelateerde opdrachten, zoals het opstellen van posts.

Bart Grispen:

Ja.

Maartje Kerfs:

Bij Visit Limburg zouden ze dat ook kunnen gebruiken, maar dan moeten ze wel qua prompts heel concreet zijn, zoals een persona geven – dus wie is Visit Limburg als organisatie? En daarbij zou het ook kunnen helpen als ik een soort van template ontwikkel waar de medewerkers mee zouden kunnen beginnen.

Is er nog iets wat je wil toevoegen aan die samenvatting of klopt het wel wat ik heb gezegd?

Bart Grispen:

Nee, nee, in de grote lijnen denk ik wel dat de essentie van de zaak klopt.

Maartje Kerfs:

Ja.

Ja en ook dat ChatGPT wel zou kunnen helpen met programmeren.

Bart Grispen:

Ja.

Ça va, ik heb hier ook een hele transcriptie opstaan, dus ik kan die ook wel doorsturen.

Maartje Kerfs:

Amai, ja graag.

Ik weet niet of het een goede transcriptie is.

Bart Grispen:

Ik kan meevolgen. Het is eigenlijk best wel verrassend goed.

Maartje Kerfs:

Ah oké, fijn.

Bart Grispen:

Dus, mijn slecht Limburgs accent wordt toch goed uitgefilterd. Ça va nog.

Ja, ik zal die transcriptie terugmailen en kijken hoe ik de recording krijg doorgestuurd.

Maartje Kerfs:

Oké.

Bart Grispen:

Ik zorg wel dat het terechtkomt bij jou.

Maartje Kerfs:

Dank u.

Dat is goed, dankjewel voor je deelname.

Bart Grispen:

Oké ja, dat is graag gedaan. Bedankt voor de uitnodiging.

Maartje Kerfs:

Ook heel graag gedaan.

Bart Grispen:

Top, dag hé.

Maartje Kerfs:

Nog veel succes vandaag.

Bart Grispen:

Ja, jij ook!

Maartje Kerfs:

Ik onderzoek hoe Visit Limburg AI kan gebruiken om hun communicatie te verbeteren, zowel B2B als B2C. En daarvoor heb ik eerst interviews afgenomen met de medewerkers van Visit Limburg, om te bekijken welke AI-tools ze momenteel gebruiken, of ze daar tevreden over zijn en hun manier van prompten. En dan ga ik nu nog interviews afnemen met AI-experten en ook met enkele influencers om zo het AI-gebruik te kunnen verbeteren.

Lien Verwimp:

All right, klinkt interessant, uw onderzoek.

Maartje Kerfs:

Ja, dat vind ik wel interessant. Dan ga ik beginnen met een paar kennisvragen te stellen, als dat goed is.

Ja, dus ik mag jou wel een influencer noemen. Wat houdt jouw functie precies in? Waar ben je mee bezig?

Lien Verwimp:

Ja, er is natuurlijk nog een verschil tussen mijn persoonlijke profiel en Daymaker, natuurlijk. Dus ik schrijf zelf al jaren voor Chapeau magazine en daar ben ik eigenlijk allemaal mee gestart. En dan deelde ik ook alle reizen die ik voor hen maakte op mijn socials. En dat begon wel een beetje te groeien, maar ik heb dan op een gegeven moment Daymaker gestart om een volledig nieuw platform op te richten. Een social platform waar iedereen tips met elkaar kan delen.

En dat is een stukje groter geworden nog dan wat ik zelf doe. Dus in die optiek delen we daar heel veel qua reizen en blijf ik dat zelf ook doen. Ik schrijf ook nog, dus ik doe heel veel alles wat contentcreatie aangaat binnen Toerisme.

Maartje Kerfs:

Ah, leuk. En welke ervaring met communicatie heb je? Zoals een eerdere job of een opleiding, heb je die?

Lien Verwimp:

Ja, ik heb communicatiewetenschappen gestudeerd, ik heb in een PR-bureau gewerkt en ik ben brandmanager geweest bij Unilever. Dus het draaide altijd rond marketing en communicatie voor mij.

Ik heb dan ook een tijdje zelf storytelling consultancy gedaan, dat was ook een stukje marketing consultancy. Het draaide ook rond communicatie, dus ja, communicatie is wel de rode draad.

Maartje Kerfs:

Oké, dus je bent er wel echt al veel mee bezig.

En heb je ook ervaring met artificiële intelligentie?

Lien Verwimp:

Goh, niet superveel. Uiteraard ben ik een ChatGPT-gebruiker, maar ja, we zijn met Daymaker... We gebruiken AI vooral voor de vertaling van trips, dus je kunt Daymaker in het Nederlands, Frans of Engels gebruiken en dat wordt dan vertaald met artificiële intelligentie.

Dus zo werken we er zelf al mee en dan mezelf persoonlijk puur om een beetje creativiteit start bij het schrijven van mijn artikels, dus meestal dat ik dan wat ideeën vraag en dan heel vaak als ik dan één of twee zinnen lees, dan kan ik er dan mijn eigen ding mee doen.

Maar het is niet zo dat ik het als basis volledig voor een tekst ofzo gebruik, dus ik zou mezelf zeker niet als heavy user ofzo beschrijven.

Maartje Kerfs:

Oké, dat is goed. En op welke manier heb je dat dan eigenlijk kunnen integreren in de website, dat AI zo met verschillende talen aan de slag gaat?

Lien Verwimp:

Ja, ons IT-agency had dat altijd aangeraden en dat is een integratie met Open AI, dus dat is via ChatGPT letterlijk vertaald, dat is een automatische integratie en dan gaat die herkennen in welke taal het is geschreven en hoe die het moet vertalen. Dus dat is iets wat we ingeplugd hebben, dus niet zelf gebouwd.

Maartje Kerfs:

Oké, wel interessant. En gebruik jij naast ChatGPT zelf nog andere AI-tools of andere chatbots?

Lien Verwimp:

Nee, ik ben dus eigenlijk, ik hoop dat het niet te erg is voor je onderzoek, maar ik gebruik voor de rest... Ik ben er nog niet extreem fan van, dus absoluut wel van ChatGPT en het helpt.

Eigenlijk gebruik ik het een beetje al in plaats van Google, dus dat helpt, maar ik gebruik het nog niet zozeer voor mijn werk en er zijn nog niet zoveel andere tools die ik zelf gebruik.

Ik ben er uiteraard wel naar aan het kijken en er zijn wat concurrenten van Daymaker die daar volop inzetten, dus daar kijk ik naar.

Maar ik vind tot nu toe de resultaten nog niet goed genoeg om het echt volledig te vertrouwen als het over reistips vinden aangaat.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik. En komt dat omdat het dan niet up-to-date genoeg is, bijvoorbeeld, of qua schrijfstijl?

Lien Verwimp:

Ik denk het wel, maar ja, de AI-tools die ik ken, dat zijn dan echt reisplanners, dus dan zeg ik, ik ga vijf dagen weg, ik ga naar Zuid-Frankrijk, maak een route.

Ja, ik vind dat niet genoeg dat een AI-bot zegt wat ik moet doen. Ik wil dan toch weten dat ik zeker niet de leuke adresjes mis en ik heb zelf niet genoeg vertrouwen dat die al die adresjes kent, terwijl waarschijnlijk zal dat wel zo zijn en dat gaat ook niet lang duren eer dat dat allemaal nog persoonlijker is, maar ja, ik vind het te zijn niet super persoonlijk, want die chatbot weet niet wat ik leuk vind.

Die kan ik misschien wel zeggen dat ik echt met eten iets wil, maar ja, ik heb een paar keer test gedaan en dan voel ik me toch niet altijd honderd procent vertrouwd om dan die route echt te gaan volgen.

Dus dat is een beetje hoe ik er nu in sta, maar dat gaat zeker nog wel evolueren en wat wel fantastisch is, is de praktische zaken die die doet, dus afgezien van de tips die hij voorstelt, waar ik nog niet helemaal van overtuigd ben, gaat hij wel perfect kunnen zeggen ja, dan moet je naar hier, ga vertrekken om zo laat om op tijd te zijn, dat soort zaken zijn super handig, dus daar gaat hij rekening mee houden en dat vind ik dan wel weer heel interessant.

Dus ja, tot nu toe heb ik nog niet veel gebruikt buiten de chat.

Maartje Kerfs:

Visit Limburg wil AI graag integreren op hun website, maar niet als een chatbot, maar om reizen door Limburg mee samen te stellen, dus daar zou je momenteel nog niet echt een voorstander van zijn?

Lien Verwimp:

Jawel, want ik denk dat die chatbot dan enkel gaat zoeken uit hun eigen database en Visit Limburg kent waarschijnlijk perfect hun eigen database, dus alle mogelijke tips die ze willen aanraden gaan er sowieso in staan en als zij dan een goed systeem bouwen waarbij je goed kunt aangeven waar je naar op zoek bent, dan ben ik er absoluut wel van overtuigd.

Het is eerder zo de algemene websites waar je dan zegt, hallo, ik ga naar Rome, ik wil iets lekker eten. Ja, hoe weet ik dan dat dat echt net dat goede restaurant is dat ik zoek?

Daar heb ik toch een betrouwbare bron voor nodig. Maar Visit Limburg is zelf al de betrouwbare bron, dus daar is dat probleem dan al weg.

En als je al vertrouwen hebt in Visit Limburg en zij hebben hun eigen AI-chatbot, dan is dat probleem dat ik nu nog heb volledig weg, want dan weet ik dat het hun eigen input is.

Dus dat is zeker wel interessant.

Maartje Kerfs:

Oké, goed om te weten. En gebruiken jullie eigenlijk ook AI voor een database?

Lien Verwimp:

Nee, nog niet AI. Dus we verzamelen alles in onze database, maar er is nog geen AI bij betrokken, nee.

We hebben nog heel veel stappen te zetten op dat vlak, dus daar zijn we zeker mee bezig.

Maar daar zijn we zelf nog geen expert in, dus dat doen we een beetje stap per stap.

Maartje Kerfs:

Oké. En wat zijn volgens jou de grote voordelen van AI binnen communicatie?

Lien Verwimp:

Oh, ik denk dat je snel veel informatie in een goede structuur kunt gieten. En ik denk dat dat een heel mooi startpunt is om eender wat in communicatie te doen.

Hoe marketeers het ook gebruiken, is het voor captions, nieuwsbrieven, eender wat.

Ik vind dat wel superbelangrijk zelf, maar dat is omdat ik journalist ben, dat je daarna je eigen ding ermee doet.

Ik zie toch wel vaak teksten dat het volledig ChatGPT is, dat vind ik altijd jammer.

Maar ik denk dat dat een heel goed startpunt is, dat het echt heel veel info in de juiste structuur kan gieten.

En dat is hetzelfde met planningen, als je dan heel veel info geeft, dit is wat ik wil, dan is het wel heel sterk dat je met AI snel in zo'n goede vaste structuur terechtkomt.

Maartje Kerfs:

Ja, dat begrijp ik. Dus je vindt ook eerder dat het als inspiratiebron, als startpunt moet dienen en niet echt om letterlijk over te nemen dan?

Lien Verwimp:

Nee, maar ja, het geldt wel. Nogmaals, als Visit Limburg dat zou gaan doen en je hebt alle info... Maar nu heb je het over communicatie of over de tool?

Want die tool, dat zie ik wel als iets dat je dan volledig kunt gaan overnemen bij Visit Limburg.

Maar ik bedoel, als je het gaat gebruiken als tool, als marketeer, ja dan is het effectief een startpunt.

Ja, exact.

Maar dat zijn twee andere dingen nog.

Maartje Kerfs:

Ja, oké, dat snap ik. En zijn er nog andere nadelen waar je aan denkt?

Lien Verwimp:

Goh, ehm, nadelen, ja. Vooral dat iedereen naar dezelfde plekken gaat.

Dat is natuurlijk iets om in het achterhoofd te houden, maar ja, ik zie er absoluut wel veel voordeel van in, hoor.

Ik hoop dat het niet teveel jobs gaat vervangen natuurlijk.

Dat is wel een belang, ik denk dat die human touch nog altijd wel heel belangrijk is.

Dat mensen nog altijd naar een persoon kunnen bellen voor meer informatie.

En dan is het opnieuw een leuk startpunt geweest. Maar kun je nog verder gaan zoeken naar een persoonlijke touch.

Dat dat wel altijd nog bereikbaar is.

Dus ik heb heel vaak het gevoel bij chatbots, maar dat is dan heel specifiek een chatbot.

Dan denk ik, ja, ik wil eigenlijk heel graag gewoon met een persoon even bellen.

Want dan is er wat speling in het antwoord. Voor AI is het natuurlijk ja of nee, of één of nul.

Terwijl als je met een persoon spreekt, dan kun je nog even kijken, wat is de situatie?

Dus bij een chatbot, daar ben ik echt totaal niet tevreden mee, meestal. Maar goed, daar gaat het hier niet over.

Maartje Kerfs:

Toch goed dat je het aanhaalt. En als je een prompt ingeeft, hoe doe je dat dan precies? Werk je bijvoorbeeld met volzinnen of met kernwoorden?

Lien Verwimp:

Ja, ik schrijf het volledig uit zoals ik het zou zeggen. En dat vind ik ook heel fijn aan AI. In plaats van bij Google waar je maar een paar woorden intikt, schrijf ik mijn volledige gedachtegang uit in ChatGPT.

Dat vind ik echt een meerwaarde.

Maartje Kerfs:

Oké, ja. En heb je voor de rest nog tips over prompten? Hoe zou je tot het beste resultaat kunnen komen?

Lien Verwimp:

Ik vind dat ChatGPT altijd heel snel begint met antwoorden, terwijl ik vaak eerst nog extra info wil geven. Dus ik probeer in mijn eerste prompt meteen zo volledig mogelijk te zijn. Het hangt natuurlijk af van de vraag, maar ik geef altijd meteen zoveel mogelijk details en context mee.

Maartje Kerfs:

Ja, dus meteen starten met veel input zodat het meteen goed zit?

Lien Verwimp:

Exact, ja.

Maartje Kerfs:

Ik heb ook gehoord dat het mogelijk is om aan ChatGPT de basiskenmerken van je bedrijf mee te geven. Heb jij dat ook al geprobeerd?

Lien Verwimp:

Hoe bedoel je? Zo van: "Wat is Daymaker?" en dat hij dat dan onthoudt?

Maartje Kerfs:

Ja, dat je bijvoorbeeld je missie, visie en tone-of-voice meegeeft, zodat hij dat bijhoudt.

Lien Verwimp:

Ja, dat hebben we zeker al gedaan. Hij onthoudt die informatie ook wel. Maar het is nog niet zo sterk dat het altijd foutloos loopt. Het is wel een goed startpunt, absoluut. Hij onthoudt dingen, dus dat helpt. Maar we moeten het nog vaak bijsturen.

Maartje Kerfs:

Maar het geeft wel een goede basis om mee te starten?

Lien Verwimp:

Zeker! En we zijn nog maar een paar jaar bezig met AI. Ik kan me voorstellen dat binnen vijf jaar het ongelooflijk zal zijn wat die systemen allemaal kunnen. Dus ja, we kijken daar wel naar uit.

Maartje Kerfs:

Ja, ik ook wel! En gebruiken jullie een betalende versie van ChatGPT of gewoon de gratis?

Lien Verwimp:

We zouden graag de betalende gebruiken, maar als start-up is elke euro belangrijk. Dus momenteel hebben we dat even gepauzeerd. Ik heb wel de test gedaan en ik vond het verschil tussen gratis en pro best meevallen. Maar ik ben ook geen expert of heavy user, dus iemand anders kan daar misschien beter over oordelen. Mijn collega's en ik halen eigenlijk al veel uit de gratis versie.

Maartje Kerfs:

Oké, goed om te weten! En maak jij soms ook video's met AI?

Lien Verwimp:

Nee, en dat is echt omdat wij bij alles wat met video en foto te maken heeft, heel hard voor authenticiteit staan. Daar vind ik AI dus echt niet goed bij passen. Er zijn bedrijven die zo'n AI-influencer hebben gelanceerd — TUI bijvoorbeeld — en dat heeft in de reisindustrie veel negatieve reacties gekregen. Het voelde niet meer authentiek aan en de persoonlijke toets was weg.

Maartje Kerfs:

Ja, dat herken ik wel. Bij Visit Limburg gaven ze ook aan dat het moeilijk toepasbaar is op landschappen, omdat ze net het echte willen tonen.

Lien Verwimp:

Exact. Pas op, voor een bepaalde brandvideo of iets met een leuke achtergrond zie ik het wel werken. Maar om een bestemming te promoten via een AI-video? Dat staat echt haaks op waar wij voor staan. Maar voor branded content kan het wel degelijk iets betekenen.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik. Is er voor de rest nog iets dat je zou willen meegeven of tips die je nog hebt?

Lien Verwimp:

Niet echt. Ik gebruik het zelf dus niet superintensief en ben ook geen expert. Maar ik zie zeker de meerwaarde in hoe Visit Limburg het wil inzetten. Ik denk vooral dat het een hulpmiddel moet zijn om mensen naar de authentieke Limburgers te brengen. Want daar draait het in Limburg om: authenticiteit en gastvrijheid. En als AI helpt om de juiste mensen met de juiste tips te verbinden, dan is dat alleen maar positief.

Maartje Kerfs:

Ja, mooi gezegd!

Lien Verwimp:

Wat ik ook leuk zou vinden, is als er zo'n vragenlijstje is op het begin. Bijvoorbeeld: Wie ben je? Hoe oud ben je? Met wie ga je op reis? Wat zoek je? En dan misschien een soort gamification-element. Dat je vier accommodaties te zien krijgt en moet klikken op welke je het meeste aanspreekt. Dan krijgt het algoritme al een idee van jouw stijl, en zoekt het in die richting verder. Dan voelt het veel persoonlijker aan, alsof het echt iets voor jou maakt.

Maartje Kerfs:

Ja, dat vind ik echt een goeie suggestie!

Lien Verwimp:

Top!

Maartje Kerfs:

Is het goed als ik het interview even samenvat?

Lien Verwimp:

Ja, zeker.

Maartje Kerfs:

Dus momenteel gebruik je nog niet enorm veel verschillende AI-tools, maar voornamelijk ChatGPT. Je gebruikt het wel ter inspiratie en als startpunt, maar niet echt om hele teksten zomaar te gaan kopiëren en te plakken. Je hebt verschillende voor- en nadelen van ChatGPT en communicatie genoemd. Dus ik moet wel kritisch gaan zijn als ik zomaar iets wil gaan voorstellen aan Visit Limburg. En qua prompts probeer je heel gedetailleerd te zijn in het begin. Daarna stuur je ChatGPT bij als die het nog niet helemaal heeft begrepen. Heb ik het zo correct opgevat?

Lien Verwimp:

Absoluut, heel goed samengevat!

Maartje Kerfs:

Top, dankjewel!

Lien Verwimp:

Graag gedaan. Bel me gerust als je nog iets nodig hebt. Ik gebruik het dus niet superveel, maar af en toe wel — meestal voor random vragen. Toch wel meermaals per week. Wat Visit Limburg wil doen, lijkt me trouwens ook heel interessant voor Daymaker.

Maartje Kerfs:

Super. Heel erg bedankt!

Lien Verwimp:

Met veel plezier! Succes nog!

Maartje Kerfs:

Dankjewel, nog een fijne dag!

Lien Verwimp:

Voor jou ook, dag!

Maartje Kerfs:

Het is nu aan het opnemen, dus het is goed.

Dan ga ik eerst een paar kennismakingsvragen stellen, als dat goed is. Dus wat houdt jouw job of jouw functie precies in?

Frederik De Roo:

Ik ben Frederik, ik zit een goede 15 jaar in alles wat met marketing en toerisme te maken heeft. Vandaag help ik met Travel Trends, samen met een team van twee vaste mensen en een heleboel freelancers, bedrijven en organisaties met marketing- en optimalisatiecampagnes. Dat kan gaan van heel creatief tot heel performancegericht. We helpen bestemmingen, reisagenten, touroperators, hotels... om meer en beter te presteren. Voornamelijk met een focus op online, maar dat gaat ook veel verder dan alleen dat.

Maartje Kerfs:

En heb je ervaring met communicatie, zoals een eerdere job of een opleiding?

Frederik De Roo:

Hoe bedoel je ervaring met communicatie? Meer public relations?

Maartje Kerfs:

Ja, bijvoorbeeld.

Frederik De Roo:

Dat zijn zaken die bij ons vaak een stukje aan bod komen. We zijn geen puur PR-bureau, maar we helpen van tijd tot tijd wel mee met communicatie, advies, strategie en ook een stukje uitwerking. Dat kan gaan over persberichten, campagnes, of trends die naar buiten komen.

Maartje Kerfs:

En op gebied van artificiële intelligentie, zijn jullie daar mee bezig?

Frederik De Roo:

Meer en meer. We passen AI toe in heel wat facetten. Vooral via de mogelijkheden van OpenAI, gebruiken we het om strategische concepten te verfijnen, creatief werk scherper te zetten, vorm te geven of zelfs te helpen in brainstormsessies. Ook om campagnes te analyseren op basis van data en te kijken of we optimalisatiemogelijkheden over het hoofd zien.

We gebruiken AI zowel als strategische sparringpartner als analytische tool. Maar ook als creatieve partner: voor videobewerking, fotobewerking... Dat wordt steeds scherper.

Maartje Kerfs:

En welke tools gebruik je daarvoor?

Frederik De Roo:

Op dit moment is het nog een beetje een kluwen. We zijn nog zoekende naar waarop we ons het sterkst willen focussen. We gebruiken sowieso een betalende versie van ChatGPT, dat is de standaard. Daarnaast ook veel integraties met bestaande tools zoals Canva en Adobe Express, die AI-functionaliteiten ondersteunen.

Voor analyse gebruiken we tools zoals Agency Analytics en Triple Whale voor performance-marketing. Die tools bieden AI-integraties waarmee je data uit verschillende bronnen zoals Google Analytics, Google Ads, Facebook, Instagram, TikTok kunt combineren. Je kunt dan simpelweg een

vraag stellen en de tool geeft je meteen inzichten, cijfers en redeneringen. Dat maakt het veel makkelijker om overzicht te houden.

Maartje Kerfs:

Want ik was ook wel aan het zoeken naar AI voor data-analyse. Bij Visit Limburg zit momenteel alles gewoon nog in Excel, dat vraagt heel veel tijd. Zou je het aanraden om AI daarvoor te gebruiken?

Frederik De Roo:

Ja, zeker. Er zijn heel wat analytische tools op de markt. Afhankelijk van je budget en welke tools en kanalen je gebruikt, kan je een geschikte tool kiezen. Veel van die tools hebben vandaag AI geïntegreerd via OpenAI, zodat je echt rechtstreeks met je software kan communiceren.

Via recente updates van ChatGPT kan je bijvoorbeeld linken met Google Drive en toegang geven tot je Sheets. Hoe meer je die koppelingen legt en hoe meer toegang je geeft, hoe sterker je data-integratie wordt. Maar daar komt wel wat technische kennis bij kijken.

Bij overheidsinstanties zoals Visit Limburg moet je natuurlijk extra opletten met datatoegang. Je moet zorgen dat alles privacy-conform gebeurt. Je werkt immers met gebruikersdata en als je die openstelt via externe tools, moet dat juridisch in orde zijn. Vaak moet je daar legal of consulting bij betrekken.

Maartje Kerfs:

Ja, dat begrijp ik. En er zitten ook veel copywriters bij Visit Limburg. Zij zoeken eerder een tool die als schrijfcoach kan dienen en tips geeft. Welke tool zou je daarvoor aanraden?

Frederik De Roo:

Er is een specifieke tool, maar ik kom even niet op de naam... Zelf gebruik ik een getrainde GPT-versie voor copywriting. Daarmee kunnen we tone-of-voice aanleren en uniforme eindredactie doen. We hebben bijvoorbeeld een publicatie gedaan waar vijf, zes journalisten aan werkten. Die eindredactie hebben we via een getrainde GPT gedaan, met regels zoals hoe je "zeventiende eeuw" schrijft — altijd als "17" met een kleine "e" erboven, niet telkens anders.

Ah ja, de tool waar ik aan dacht is Jasper AI. Ik heb hem zelf nog niet gebruikt, maar hoor er veel over.

Maartje Kerfs:

Oké, dat is wel interessant. En voor het genereren van afbeeldingen, zou je daarvoor ook ChatGPT aanraden of eerder iets anders?

Frederik De Roo:

Dat hangt er een beetje van af wat je wil doen. Maar er is recent veel veranderd met de nieuwe update van ChatGPT 4.0. Afbeeldingsgeneratie is daar nu veel toegankelijker en completer geworden.

Ik heb zelf bijvoorbeeld een beeld gemaakt van Merelbeke met een Cappadocië-achtige luchtballon op de achtergrond, en dat zag er heel netjes uit. De kwaliteit van gegenereerde beelden is sterk verbeterd, ook met handen of bewegingen, en je kunt nu ook beter met tekst werken.

Gisteren nog heb ik banneradvertenties voor sociale media gemaakt, en de gegenereerde visuals volgden perfect de opgegeven tekst, inclusief logo's.

In de toeristische sector is het wel belangrijk om goed na te denken over hoe ver je hierin wilt gaan. Ik heb recent met fotografen gesproken die fotobewerking met AI doen via Adobe-tools zoals Photoshop, die nu met prompts werken in plaats van handmatige aanpassingen.

Als je bijvoorbeeld vaste filters hebt zoals Visit Limburg die vroeger gebruikte voor consistentie, dan kan je die nu op maat laten maken met AI. Ook studiofotografen doen er veel mee — bijvoorbeeld rond belichting en creatieve invalshoeken. Het ziet er allemaal super clean uit, en het gaat heel snel

vooruit. Dus ook daar, het gaat echt in stroomversnelling. Je kan meer en meer echt aan de slag met heel wat tools.

Maartje Kerfs:

Ja. En ik heb ook wel gehoord dat DALL·E een tool is om afbeeldingen te genereren. Zou dat echt beter zijn dan ChatGPT, denk je?

Frederik De Roo:

Ik zat gisteren ergens op een artikel. Ik kan het je ook wel even doorsturen, naar aanleiding van die nieuwe actionfigure-trend. Het maakte inderdaad een vergelijking tussen wat uit verschillende tools komt. Je merkte daar dat er gewoon andere klemtonen specifiek gelegd werden. Dus ik denk dat dat een beetje eigen is aan de organisatie om te zien wat je wil. DALL·E en Midjourney hebben qua afbeeldingengeneratie een hele grote voorsprong gehad. Maar ergens begin ik wel te merken dat die tools meer en meer naar uniformiteit beginnen te komen, of dat ze een bepaalde expertise eruit beginnen te halen.

We zeggen eigenlijk dat het binnenkort misschien wel zal draaien rond: waar sta je als merk of organisatie voor? En in welke mate kan je een AI-model goed of minder goed trainen om jouw aanpak te humaniseren. Zoals je nu voor een fotograaf kiest omwille van een bepaalde stijl – donker, luchtig, humoristisch – zal dat ook met AI-tools meer en meer het geval zijn. Ik kan me voorstellen dat je op termijn voor portretfotografie naar de ene tool neigt, en voor landschapsfotografie naar een andere.

Maartje Kerfs:

Dus dat is dan wel eerder iets persoonlijks, welke je verkiest?

Frederik De Roo:

Ja, ik zeg het, op dit moment zijn Midjourney en DALL·E de tools die voorop lopen in beeldgeneratie. Maar OpenAI en ChatGPT zetten ook daar grote stappen. Gemini van Google begint ook meer en meer creatieve mogelijkheden te ontdekken, dus die komen ook stilletjes aan op dat niveau.

Het enige verschil blijft de taalmogelijkheden van die tools, en ik denk dat ze de komende tijd ook verder gecommercialiseerd zullen worden. Dat zal ook een effect hebben op beslissingen die een organisatie moet nemen. Kies je voor een businesspakket in ChatGPT met veel mogelijkheden, of splits je jouw AI-budget tussen verschillende platformen?

Maartje Kerfs:

En wat houdt zo'n businesspakket dan eigenlijk in? Is het dat iedereen van die organisatie dan op de betalende versie zit?

Frederik De Roo:

Ja. Bij ChatGPT kan je ervoor kiezen om met je organisatie en medewerkers een betalend pakket te gebruiken. Dan werk je in groep met het hele pakket. In mijn geval, hier werken drie mensen, en dan zitten we allemaal samen op dezelfde betaalde versie. Dat kan ook via één account. We hebben collega's die subfolders maken met eigen briefings, afhankelijk van hun rol. Zo weet ChatGPT ook welke klemtoon of focus belangrijk is bij een bepaalde prompt. Dat kan je dus ook op individueel niveau doen, of net zo goed op businessniveau, waar je gebruikers kan toevoegen of verwijderen. De kostprijs ligt rond de 20 à 30 euro per maand.

Maartje Kerfs:

En je had het net over Gemini en creatieve taken. Welke taken zijn dat dan eigenlijk? Is dat ook schrijven, of andere creatieve dingen?

Frederik De Roo:

Ja, ik moet zeggen dat ik Gemini niet zo vaak gebruik, maar ik heb wel gemerkt dat het voor conceptontwikkeling een pak creatiever werkt. ChatGPT is iets zakelijker. Dat kan ook komen omdat veel mensen standaard met ChatGPT werken, waardoor de output wat gestandaardiseerd is. Maar als je echt wil brainstormen, heb je bij ChatGPT vaak meer gerichte prompts nodig om echt tot een creatieve laag te komen. Terwijl Gemini voor mijn gevoel makkelijker een breder register opent. Niet per se out-of-the-box, maar wel met veel andere ideeën die je soms niet uit ChatGPT krijgt.

Maartje Kerfs:

En dan zochten we ook nog een tool die kan helpen om trips door Limburg te organiseren. Zou ChatGPT dat kunnen, of is er iets beters?

Frederik De Roo:

ChatGPT kan dat zeker. Je kan het echt trainen op heel wat manieren. Het is de meest toegankelijke tool. Je hoeft geen AI-developer te zijn om het te koppelen aan een databron zoals een Google Drive met teksten en info over Limburg: de meest courante data, POI's, routes die toegankelijk of niet toegankelijk zijn, etc. Dan kan je zoiets perfect integreren met ChatGPT en daar een systeem op bouwen dat actueel blijft.

Verder zijn er twee AI-startups die ik volg: Maya Travel AI en Ask Whisper. Maya focust op het helpen van reisorganisaties bij het personaliseren van trips. Ze zouden hun model perfect kunnen afstemmen op regionaal gebruik, zoals voor Toerisme Limburg. Ask Whisper richt zich vooral op hotels en B&B's en biedt gepersonaliseerde AI-tips aan als een soort virtuele conciërge, inclusief upsell-mogelijkheden naar uitstappen en partners.

Maartje Kerfs:

Handig, want er is ook iemand die persreizen maakt voor influencers – heel niche. Zij dacht dat AI niet geschikt was, omdat het zo persoonlijk is.

Frederik De Roo:

Dat kan dus zeker wél. Wat Maya Travel AI doet op internationaal niveau, kan evengoed toegepast worden op een gepersonaliseerde persreis in Limburg. Je kan dat model trainen of aanpassen. Dat is zeker bespreekbaar.

Maartje Kerfs:

En er is ook een webmaster die Claude AI gebruikt om te programmeren. Is dat een goede tool?

Frederik De Roo:

Ja, zeker. Ik heb er zelf nog niet veel mee gewerkt, maar de naam zegt me iets en ik hoor er goede dingen over qua kwaliteit.

Maartje Kerfs:

En ze willen ook AI integreren op de website, maar liever geen chatbot. Eerder AI om reizen samen te stellen voor de gebruiker. Zou Maya daarvoor kunnen?

Frederik De Roo:

Ik denk dat Maya dat zeker kan aanbieden. Oorspronkelijk waren ze denk ik meer B2C gericht, maar zijn dan meer naar B2B gegaan omwille van het verdienmodel. Maar de technologie is er, dus het zou kunnen. Ask Whisper is wel heel sterk B2C, vooral via WhatsApp. Die werken eerder met een soort chatbot via WhatsApp, die actief wordt eens je ergens aankomt.

Maartje Kerfs:

Is er nog een andere tool die je zou aanraden?

Frederik De Roo:

De meeste die ik echt actief gebruik, zijn al vermeld: Adobe, Canva voor creatief werk. Agency Analytics voor analytische plug-ins. We beginnen nu ook wat te experimenteren met Google Drive-koppelingen. ChatGPT en Gemini trekken dat bredere systeem. Verder zijn er veel kleine niches. Maar in essentie vertrekken bijna alle AI-startups van een OpenAI-model en tunen ze dat naar een specifieke toepassing. Heel vaak komt het uiteindelijk gewoon van ChatGPT of Gemini.

Maartje Kerfs:

Dan wil ik het nog even hebben over prompts. De meeste werknemers van Visit Limburg werken altijd met volzinnen. Is dat een goede methode, of beter met trefwoorden?

Frederik De Roo:

Wat ik gemerkt heb, is dat je best start met een uitgebreide briefing: situatie schetsen, voor welke klant, welke campagne, vanuit welke rol. Daarna schrijf je de doelen concreet uit, met nuances. Vaak ook aangeven wat het systeem *niet* mag doen. Dat helpt, omdat je nooit volledig weet wat de output zal zijn.

Eens je daar bent, kan je korter en concreter gaan werken. Bulletgewijs bijvoorbeeld. En je werkt dan best actie per actie. Bijvoorbeeld bij eindredactie of fotooverwerking: blokje per blokje aanpassen. Je kan een volledige tekst erin gooien, maar het werkt beter in korte paragrafen van drie à vier zinnen. Dit is een beetje het zwaardere of het “papagaaienwerk”. En daar kunnen specifieke tools echt goed bij helpen, die dat hebben ingebouwd. Dat dat dan wel als aparte prompt misschien wordt geknipt of afgekapt. Als je dat op die manier gaat doen, dan blijft het wel echt alles mooi doorpushen. Maar ja, ik zeg het, die negatieve ingeven is zeker vast eentje die ons ook wel echt al geholpen heeft in het verleden.

Maartje Kerfs:

Oké. En soms begint AI te hallucineren of zomaar iets te verzinnen.

Kan je dat dan ook vermijden door gewoon een hele duidelijke, specifieke prompt te geven?

Frederik De Roo:

Ja, ik ga nu ook terug een voorbeeld geven rond die redactie. Op een bepaald moment waren wij echt blokken aan het inkorten. En dan had die ergens de neiging om gewoon de paragraaf te herhalen, maar middenin de paragraaf drie puntjes te gebruiken. Maar als je gewoon aan het copy-pasten bent op die momenten en niet meer aan het opletten bent – wat er kan gebeuren wanneer je met zo'n papegaaienwerk bezig bent – dan zit je gewoon met verschillende tekstblokjes en drie puntjes op het einde. En dan gaan we inderdaad sommige regeltjes scherpstellen. Van kijk: we hebben bepaalde regels waar je je aan moet houden. Dat je dat eventjes prompt voor prompt opnieuw gaat ingeven.

Maar het is een beetje zoeken naar de ideale mix: te lang, te kort. Maar zeker in de eerste prompt heb ik geleerd dat je op zich wel best een redelijk boekje mag schrijven, als je dat wilt. En daarna pas echt met het echte werk gaan beginnen.

Maartje Kerfs:

Zou het dan ook handig zijn als ik een soort van basisprompt schrijf voor Visit Limburg met ‘Wie is Visit Limburg’, missie, visie? Zou dat kunnen helpen?

Frederik De Roo:

Daar zijn we meer en meer een stukje mee bezig. Ik spreek dan over de ChatGPT's van deze wereld. Dat je het model inderdaad zo al een stukje vast kunt gaan trainen. Dat lukt daar al wel. Het systeem is nu slim genoeg om... Als je zelf aangeeft van: 'Toerisme Limburg zit zo in elkaar', en die ontdekt plots dat jij met je persoonlijke schrijfstijl toch een andere richting uit aan het gaan bent. Of een beetje op een ander spoor zit.

Dat die daar toch snel jouw tone-of-voice gaat aanleren. Dus dat je van tijd tot tijd het wel een stukje terug scherper kunt gaan zetten. Dus dat lijkt mij zeker en vast ook wel goed.

Om van tijd tot tijd een stukje reboot te gaan doen. Om er zeker van te zijn dat die niet een persoonlijke richting uitgaat.

Maartje Kerfs:

Want wat ze bij Visit Limburg heel vervelend vinden, is dat als ze het over Limburg hebben, ze iets terugkrijgen over Nederlands Limburg en niet over Belgisch Limburg. Maar dan moeten ze eigenlijk gewoon blijven "Belgisch Limburg" herhalen en op den duur zal de chatbot het doorhebben?

Frederik De Roo:

Ja, inderdaad. Ik denk dat je daar echt heel specifieke richtlijnen moet gaan aangeven. Inderdaad ook uitsluiten van... 'Spreek niet over Nederlands Limburg' en die zaken.

Maar ook af en toe eens gaan omvatten: 'Oké, Nederlands Limburg is dit en dat en dit allemaal'.

En aangeven dat je niet wil dat dit naar voren komt. Maar ja, dat is inderdaad iets dat ik me kan voorstellen.

Maartje Kerfs:

Ja. Bijna iedereen had dat wel gezegd, ja. Wat ze ook vervelend vonden, was dat je de chatbot constant moet bijsturen. Dus dat ze niet tevreden zijn.

Maar uit mijn literatuuronderzoek bleek wel dat dat een normaal proces is. Dat je het telkens gaat moeten bijsturen. Dus dat je er eigenlijk niet mee moet inzitten dat dat gebeurt. Klopt dat?

Frederik De Roo:

Nee, voilà. Zeker bij creatieve output ga je veel moeten bijsturen.

In analytische prompts of in analytische oefeningen valt dat relatief beter mee. Omdat dat in essentie ook is wat het model een stukje gaat doen.

Dat komt in de link. De link is een stukje gaan leggen. Maar ook daar kan het hallucinatie-aspect wel naar voren komen.

Dus dat is ook telkens de raad die ik wil geven: de output moet wel nog steeds, op dit moment althans... Die output wordt beter en beter en gericht en gericht, maar je hebt wel iemand nodig die daar effectief op gaat reguleren.

Want anders kan je voordat je het beseft, echt met kleine zaken zitten die je soms over het hoofd hebt gezien.

Ik heb gisteren mee een logo ingeladen dat hij dan in zijn fotobewerking kon gebruiken. En dat is iets heel onnozels. Maar er zijn drie bolletjes boven het logo, en die stonden linksonder in plaats van rechtsboven.

Dat valt in eerste instantie ook niet echt op. Het kan heel snel van je aandacht ontglippen.

Hetzelfde geldt voor Belgisch en Nederlands Limburg.

Dus die kwaliteitscontrole blijft wel echt een nodige. Zeker en vast ook, omdat – daar had ik het in het weekend ook nog over – we ook nog steeds een bepaalde kennisexpertise, een knowhow, hebben vanuit onze job.

Hoe dieper je in een bepaalde niche effectief gaat zitten... België is in het algemeen geen supergrote

bestemming, dus er is niet veel algemene content beschikbaar die de algemene waarheid een stukje heeft.

Dan merk je ook wel dat die voor heel kleine bestemmingen soms met heel gedateerde informatie komt, omdat het gewoon niet beschikbaar is. Of dat die het niet snel genoeg kan vinden.

Dat blijft echt wel nog een rol die wij ook effectief gaan hebben.

Je vraagt hem om een lekker recept of iets over New York en dergelijke te gaan schrijven. Dat gaat allemaal wel lukken.

Je vraagt hem heel gerichte info over een fietsroute langs zeven pittoreske maar onbekende dorpen in Limburg. Hij gaat het waarschijnlijk veel moeilijker krijgen om de gerichte info te geven.

Dus dat blijft natuurlijk ook altijd een stukje weten. De output is maar zo sterk als de input.

En de input is niet enkel de prompt, maar ook effectief waar hij algemeen z'n data vandaan heeft. En nu weet hij niet alles van bestemmingspromotie. Zeker niet van de kleinere steden en gemeenten.

Het is heel makkelijk of gebruiksvriendelijk te vinden. Het blijft ergens ook wel een zoekmachine. Die van daaruit juist linkjes gaat leggen.

Dus vandaar die hallucinatie inderdaad soms.

Maartje Kerfs:

En is het dan ook beter om in het Engels te prompten dan in het Nederlands? Omdat het op een Engelse database is gebaseerd? Of maakt dat tegenwoordig niks meer uit?

Frederik De Roo:

Dat zou in principe niet mogen uitmaken. Het gaat hem echt gewoon over het volume aan data dat algemeen beschikbaar is.

Wat wel het geval kan gaan zijn... Maar ook daar gaat dat binnen de bestemmingen of binnen het algemene tout court...

Dat algemeen internationale websites, Amerikaanse websites, Engelstalige websites toegankelijker zullen zijn voor AI-modellen dan een klassieke Vlaamse website.

Dat heeft dan te maken met de groeiende markt aan AI-search. En AI, of SEO, dat heeft een bepaalde naam... Daar is men momenteel ook op aan het springen om echt te gaan zien van:

Hoe komen wij boven in die zoekresultaten in AI? Hoe maken we onze website toegankelijk en leesbaar voor die bots?

Dat is een heel technisch proces waar ik ook heel weinig van afweet op dit moment.

Maar het lijkt mij daar inderdaad wel logisch dat die internationale websites of internationale cases er mogelijk een stapje verder in staan dan wij soms in Vlaanderen met een lokale gemeentewebsite.

Maartje Kerfs:

Ja, dat begrijp ik. En wat ik uit mijn literatuuronderzoek ook had gevonden: ChatGPT bijvoorbeeld, die geeft soms nog irrelevante informatie, zal ik zeggen.

Dus ja, "als je wilt help ik je gerust verder".

En dan had ik gevonden dat als je dubbele vierkante haken zet, dat die dat dan niet meer doet. Als je een zin wilt vertalen bijvoorbeeld. Dus dat die dan enkel de vertaling teruggeeft.

Frederik De Roo:

Ja, zo kan je zelf ook gerust je eigen regels eigenlijk een stukje maken. Dat is echt het trainen van het model. Maar in bepaalde zaken kan je dan ook zelf het model gaan trainen.

Dat zijn de opties die er wel in zitten. Maar dat je dan gaat aangeven van: oké, als ik schrijf met bepaalde plusjes, vierkante haakjes, aanhalingstekens en dergelijke, dan verwacht ik bepaalde outputs.

Dat zijn zaken die een systeem zelf kan gaan aanleren.

Dus daarom kan je daarmee zelf een paar regels gaan definiëren. Om persoonlijke voorkeuren, links of rechts ofzo, mogelijk te maken.

Dus dat kan inderdaad ook wel een stukje helpen.

Maartje Kerfs:

Is er nog een andere tip die je wilt meegeven over prompten?

Frederik De Roo:

Ja, veel proberen en zien. Ik merk dat er heel veel best practices rond prompten en dergelijke gedeeld worden.

Het hangt allemaal een stukje af van wat matcht met de output die je zelf voor ogen hebt.

Het is vaak een proces. Ik merk het ook zelf.

De prompts die ik nu gebruik, zijn prompts die ik drie maanden geleden niet gebruikte.

Dus het is vaak ook echt een leerproces.

Wat voor mij het sterkste helpt, is echt een stukje: situatie, objectief en die regels. Drie zaken.

Daarmee gaan beginnen.

Vandaaruit veel info meegeven. En dan echt gaan verkappen in één taak, één prompt. Dat je dat een stukje doet.

Maar wel beginnen om het speelveld een stukje te definiëren.

Maartje Kerfs:

Wat zijn volgens jou nog de voordelen van AI binnen communicatie?

Frederik De Roo:

Ik denk voornamelijk efficiëntie.

Ik denk dat er een hele groeiende rol komt naar creativiteit, concepten, persoonlijk gevoel – die human touch erin te laten gaan – dat momenteel echt bij ons ligt.

Ik wil niet zeggen dat het geen brainstormpartner kan zijn.

Maar je merkt wel dat het niet de meest creatieve partner is om mee te gaan praten.

Het kan je wel helpen om oefeningen te geven, om na te denken en te doen. Het is een hele goede psycholoog bijvoorbeeld ook. Als hij jou meeneemt in oefeningen, dan kan je je ook mee laten begeleiden om je creativiteit te maximaliseren. Ook daar komt het terug neer op efficiëntie.

Om op die manier sneller en gevatser zelf tot x aantal creatieve concepten of creatieve instromen te komen. Of om met ideeën te komen. Maar de grote win zit 'm op het vlak van efficiëntie.

Ik zag gisteren een post op LinkedIn voorbijkomen die al een stukje aangaf hoe generaties wel of niet gewoon zijn met AI. Ik ga een vergelijking maken: er zitten drie verschillende generaties op het terras. Mensen willen hun wijn gaan bestellen.

De jongste vraagt gewoon aan ChatGPT: "Wat is mijn persoonlijke voorkeur?" Ik pak een foto van de kaart, en dan krijg je de top drie van deze wijnen. Helemaal op maat gemaakt.

Een generatie verder, de Gen Z, is gewoon geweest om met AI in aanraking te komen. Voor hen is dat de normaalste zaak van de wereld, dat echt gepersonaliseerde informatie beschikbaar is.

Dan heb je mijn generatie. Er zijn een veelvoud aan apps beschikbaar om informatie te verkrijgen, maar je doet het denkwerk nog zelf. Mensen gaan toch nog elke wijn op Vivino opzoeken en bekijken wat past bij hun voorkeur.

En dan de oudere generatie – mijn ouders bijvoorbeeld – die vragen het gewoon aan de ober. Die heeft vaak geen idee en raadt gewoon de twee duurste flessen wijn aan, om te zien of het in de smaak valt of niet.

Daar zie je dat de output vaak hetzelfde is, maar door AI toe te passen, kom je veel sneller tot jouw voorkeur. Je verhoogt de kans dat het écht je smaak is met 100%. Ik denk dat daar heel veel winst in te halen valt.

Binnen communicatie moeten we nadenken: hoe kunnen we dezelfde job op een veel korter tijdschema doen? Er is ook ruimte in het hoofd om net een stap verder of creatiever te gaan. We kunnen een aantal zaken vlotter en sneller aanpassen, en er is meer ruimte om onze eigen creativiteit te benutten – en dat ook weer laten uitwerken door de modellen die bestaan.

Maartje Kerfs:

Is het goed als ik nog een samenvatting geef van het interview?

Frederik De Roo:

Ja, zeker en vast. Dat mag gerust. Ik ben heel benieuwd wat er allemaal gepasseerd is of besproken met de andere experts. Misschien ook over de tools? Kan je dat doorsturen? Ik ben daar zeker benieuwd naar. Superinteressant om te zien passeren.

Maartje Kerfs:

Ja, ik zal navragen of dat mag. Dus als ik het goed begrepen heb: ChatGPT is eigenlijk een goede allround tool. Je kan er beelden mee genereren, teksten mee schrijven, en die aanpassen naar de tone-of-voice, visie en missie van het bedrijf.

Maar we hadden ook nog andere tools besproken die Visit Limburg zou kunnen integreren, zoals Gemini... Wacht, wat hadden we nog allemaal gezegd? We hadden heel veel besproken. Maya AI...

Frederik De Roo:

Ja, we hadden het ook over Jasper gehad. En dan heb je nog meer softwaretools waar alles wordt geïntegreerd.

Maartje Kerfs:

Juist, Jasper AI.

En dan hadden we het prompts besproken. Daarbij is het belangrijk om bij je eerste prompt veel context en details te geven. Je kan dat later nog altijd bijsturen. Ook in stappen werken helpt, zodat er niks wordt overgeslagen.

Is er nog iets belangrijks bij prompts?

Frederik De Roo:

Ik zou zeker ook de nadruk leggen op het negatieve – dus aangeven wat je *niet* verwacht. Dat is soms makkelijker dan zeggen wat je wél verwacht, en dat werkt zeker goed.

Maartje Kerfs:

Ah ja, don'ts toevoegen. Wat ik me ook afvroeg: zou het helpen om bepaalde woorden in hoofdletters te zetten? Of maakt dat geen verschil?

Frederik De Roo:

Dat weet ik eigenlijk niet. Maar dat is een goeie. Soms zie je kernwoorden passeren, dus het is interessant om te testen of dat verschil maakt. Misschien vormen die kernwoorden op die manier een beter resultaat. Dat wil ik gerust ook eens testen.

Maartje Kerfs:

Oké! Is er verder nog iets dat je wilt toevoegen? Of ben ik iets belangrijks vergeten te vragen?

Frederik De Roo:

Nee, ik denk dat het op dit moment vooral belangrijk is om oren en ogen open te houden. Kijken binnen het team waar de bereidwilligheid ligt, waar hulp nodig is.

Ik zou altijd starten vanuit het bedrijfsproces: wat kan ChatGPT betekenen? Er komt veel binnen, maar het hangt af van wat de noden zijn. Voor subtaken kun je veel sneller gerichte info vinden, ook binnen het budget.

Als je iemand binnen het team hebt die het model kan trainen, dan kun je gecentraliseerd heel veel info verzamelen.

Maartje Kerfs:

Ja, er is iemand bij Toerisme Limburg die zelfs niks meer ingeeft via het toetsenbord – die gebruikt altijd de spraakfunctie.

Frederik De Roo:

Binnenkort zitten we gewoon met de audio-bakjes naast elkaar. Alleen maar goed om te gebruiken wat mogelijk is.

Maartje Kerfs:

Ja, dat is waar. Heel erg bedankt voor het interview. Ik heb er echt veel aan gehad.

Frederik De Roo:

Heel graag gedaan! Hoeveel van deze interviews heb je nog gepland?

Maartje Kerfs:

Qua experts heb ik er nu drie gedaan, en volgende week staan er nog drie op de planning. In totaal had ik er tien gestuurd, maar een paar hebben nog niet gereageerd. Ik hoop dat ze nog iets laten weten.

Frederik De Roo:

Mocht je willen, die mensen van Maya AI en AskWhisper – dat zijn Vlamingen – ik heb hun contactgegevens. Als je wil, kan ik je hun e-mailadres bezorgen. Ze zijn echt techneuten die specifiek aan AI-producten werken. Dat zou wel interessant kunnen zijn voor je onderzoek.

Maartje Kerfs:

Dat is goed, dank je wel!

Frederik De Roo:

All right, nog een fijne dag en veel succes met de verdere uitwerking.

Maartje Kerfs:

Dank je wel, tot ziens!

Maartje Kerfs:

Goed. Oké. Dus ik ga eerst een paar kennismakingsvragen stellen, als dat goed is.

Herve Van de Weyer:

Ja.

Maartje Kerfs:

U bent het opleidingshoofd van de communicatieafdeling, wat houdt uw functie precies in?

Herve Van de Weyer:

Maartje, dus ik ben inderdaad opleidingshoofd van de opleiding communicatie. We zeggen eigenlijk dat ik, net zoals mevrouw Thys dat doet bij Toerisme en Recreatiemanagement, de opleiding een beetje vorm moet geven samen met de collega-lectoren. Ik bepaal wat het beleid is van de opleiding, welke accenten we leggen, wat de opdrachten zijn voor de studenten, en allerlei andere taken die daarbij komen. Je bent vooral bezig met het beleid van de opleiding om dat in de praktijk in te brengen.

Daarnaast geef ik uiteraard ook nog wel les en doe ik bachelorproef- en stagebegeleiding.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké. Dankuwel. En welke ervaring met communicatie heeft u nog, zoals een opleiding of een eerdere job?

Herve Van de Weyer:

Ja, ik ben heel oud ondertussen. Ik heb een master in communicatiewetenschappen. Ik ben afgestudeerd in 1989, toen was van Maartje nog geen sprake.

Ik heb gewerkt als journalist bij het Militair Weekblad Vox en ik heb daarna gewerkt in communicatiefuncties bij verschillende bedrijven: Somati in Aalst, een brandbeveiligingsfirma, daarna Wolters Kluwer, een uitgeverij. Vervolgens bij een bank, die nu KBC heet, heb ik communicatie gedaan.

Ik ben dan een aantal jaren zelfstandig copywriter geweest, dat duurde tien of vijftien jaar. Daarna ben ik terug naar een verzekeringsmaatschappij gegaan, RVS-verzekeringen.

Na heel wat omzwervingen koos ik ervoor om les te gaan geven, wat ik een lange tijd gecombineerd heb met freelance copywriting. Ik schrijf reclameteksten. Tot ik op een bepaald moment heb gezegd: nu ga ik alleen nog onderwijs doen. Soms doe ik nog wel eens een freelance activiteit in copywriting en geef ik zelf workshops rond AI, ChatGPT, en vooral copywriting daarmee omtrent.

Dus ik kan maar één ding, Maartje, dat is communicatie. Al de rest is veel te moeilijk voor mij.

Maartje Kerfs:

Wel heel handig voor mijn bachelorproef, dat u heel veel communicatie-ervaringen heeft. En heeft u voor de rest nog ervaring met artificiële intelligentie? U haalde daarnet al workshops aan?

Herve Van de Weyer:

Ik denk dat het ondertussen tweeënhalp jaar geleden is, toen ChatGPT live ging. Dat was, denk ik, één van de eersten waarbij ik onmiddellijk dacht: oké, dit gaat wel iets veranderen. In het begin was dat heel leuk: gewoon een snelle vraag stellen, wat onnozel doen. Maar ik merkte al snel dat er heel veel vraag kwam vanuit bedrijven: hoe moeten we dat nu gaan gebruiken? Ik merkte ook dat bedrijven niet out-of-the-box konden denken, heel traditioneel bleven en het zagen als een Google-machine, niet als een AI-machine. We zijn ons daarin gaan specialiseren, hebben opleidingen gevolgd – dat kan

je heel goed online doen. TikTok is trouwens een heel goed kanaal om te zien wat AI kan. Sindsdien geef ik zelf ook workshops aan bedrijven over hoe zij AI kunnen inschakelen. Ik heb dat trouwens gedaan – ik twijfel of het voor Visit Limburg of Visit Hasselt was – maar ik heb vorig jaar zo'n workshop gegeven aan medewerkers, om te tonen wat de mogelijkheden zijn. En dan schrikken mensen meestal.

Maartje Kerfs:

Oké. En wat zijn de voordelen van artificiële intelligentie in communicatie?

Herve Van de Weyer:

Ja, dat is een goeie vraag.

Als communicatieverantwoordelijke moet je nadenken: wat is de toegevoegde waarde van AI in mijn job? Kan ik mijn werk vergemakkelijken, versnellen? Taken die repetitief zijn uitbesteden aan een systeem?

Voor mij is ChatGPT een grote hulp. Bijvoorbeeld, ik maak één social media post in Instagram en laat ChatGPT afgeleiden maken voor andere kanalen. Of ik heb een blog en wil daar een post van maken – laat ik ook ChatGPT doen.

Als ik geen ideeën heb, brainstorm ik met ChatGPT. Het is mijn sparringpartner geworden. Dat zorgt voor tijdswinst.

Maar, je moet het systeem goed aansturen. Begin je gewoon te freewheelen en domme vragen te stellen, dan krijg je er weinig uit.

Sommigen zeggen dat het ook creatief is – daar ben ik niet altijd mee akkoord. Het levert ideeën op, maar niet altijd toepasbaar. Het menselijke creatieve brein is nog altijd beter.

Maar voor tijdswinst is het echt een troef. Stel ik een paper van tien bladzijden moet nalezen en er een persmededeling van moet maken, dan hoeft dat niet meer handmatig. ChatGPT doet dat. Het is goed bruikbaar in die context.

Maartje Kerfs:

En zijn er ook belangrijke nadelen waar we rekening mee moeten houden, naast de creativiteit?

Herve Van de Weyer:

Ja.

Een groot nadeel is het taalgebruik van ChatGPT. Het is vaak overdreven, eenheidsworst. Dat is dodelijk voor communicatie. De ziel verdwijnt.

En mensen nemen de output te vaak klakkeloos over. Ctrl-C, Ctrl-V, zonder kritisch te kijken: past dit bij mijn bedrijf?

Als je dat te veel doet, worden je hersenen lui. Je moet blijven meedenken met het systeem.

Ik merk dat ook bij studenten. Onlangs zei een stagebegeleider: "Ze gebruiken gewoon altijd ChatGPT, ze denken niet meer na."

Dus mijn warme oproep: blijf zelf kritisch nadenken, anders schakel je jezelf als communicatieman of -vrouw uit.

Nog een nadeel is beeldvorming. AI-beelden zijn beter geworden, maar je ziet het nog vanop afstand. Er zit geen ziel in.

En ecologisch? Niet oké. Zo'n vraag aan ChatGPT kost veel energie. Niemand staat erbij stil, maar duurzaamheid is een aandachtspunt.

Ikzelf lig er niet wakker van, maar ik weet dat het belangrijk is.

Maartje Kerfs:

En hoe heeft artificiële intelligentie de manier waarop bedrijven met elkaar communiceren veranderd? Of B2C?

Herve Van de Weyer:

Dat is grondig veranderd.

We gebruiken AI al zonder dat we het beseffen. Als ik een mail stuur en jij klikt op "antwoord", krijg je voorgestelde antwoorden.

AI leest je mail en stelt antwoorden voor.

Bedrijven gebruiken ChatGPT voor teksten, vergaderverslagen, agenda's. Je kan plug-ins kopen om je mailprogramma eraan te koppelen: komt er een mail binnen, dan gaat er automatisch een antwoord uit.

Er komen nog veel toepassingen aan. Ook Copilot van Microsoft is sterk in opmars.

Elk bedrijf, elke functie kan er iets mee. KBC heeft bijvoorbeeld Kate, een AI-chatbot. Booking.com stuurt automatisch evaluatievragen na je reis. Dat is allemaal AI.

Het menselijke aspect verdwijnt een beetje, maar er zijn veel voordelen.

Ik kan voorbeelden geven voor elk bedrijf hoe ze AI kunnen inzetten.

ChatGPT is het voornaamste. OpenAI heeft echt een marktpositie verworven.

Elke dag zijn er nieuwe releases, nieuwe functies. Eerst was het alleen tekst, nu kan je ook beelden en bestanden opladen.

DALL-E, ook van OpenAI, wordt gebruikt voor beeldgeneratie – vaak in reclamebureaus.

Copilot is in opmars. Google bekijkt ook hoe ze AI kunnen inzetten.

Instagram gaat AI gebruiken voor dataverwerking.

Dus elk bedrijf is daarmee bezig. De belangrijkste tools zijn dus ChatGPT, DALL-E, daarna Copilot, en dan tools zoals BARD of Perplexity, maar die zijn minder sterk. Er zijn veel kleine spelers, die soms wel handig zijn. Ik ben zelf copywriter, tekstschrijver, dus ik ga af en toe wel eens naar Copywriting AI. Dat is echt een tool voor copywriters om betere teksten te maken. Dus je moet zelf zoeken van: oké, wat heb ik nodig? En daar zelf een selectie in maken. Maar voor elk probleem dat je ervaart, bestaat er een AI-tool. Je hebt een stilstaand beeld die je wilt laten bewegen. Ik zag in de week op mijn TikTok niet anders dan poppetjes die begonnen te bewegen door middel van een AI-tool. Ja, ook dat kan. Je kan video's maken, je kan van stilstaande beelden video's maken. Je kan dit gesprek straks gewoon door AI laten uitschrijven, laten samenvatten. Ja, alles is eigenlijk mogelijk. En ChatGPT is daar absoluut de marktleider.

Maartje Kerfs:

Oké, ja, dus ChatGPT is echt wel zo'n allround-tool ook, die heel veel taken kan.

En hier bij Visit Limburg zijn ook wat copywriters. Zou je dan daarvoor die Copy AI aanraden, wat je net zei?

Herve Van de Weyer:

Ja, en voor copywriters blijf ik ervan overtuigd dat je zelf moet teksten schrijven.

Maartje Kerfs:

Ja.

Herve Van de Weyer:

Maar als je zegt: het is moeilijk, of ik wil eens een tekst die ik vorig jaar geschreven heb laten herschrijven, ja, dan zou ik nog altijd ChatGPT gebruiken. Ik heb die test eens gedaan om te kijken wat de beste resultaten geeft. ChatGPT blijft nog altijd op tekstniveau het beste resultaat genereren. De anderen geven soms wel andere inzichten, maar als je dat gaat vergelijken, dan blijft ChatGPT wel de beste. Op voorwaarde, Maartje, dat je de moeite neemt om je eigen copywritershart en ziel in die tekst te leggen. Je kan perfect een basistekst laten neerschrijven door ChatGPT, maar dan moet je wel zelf aan de slag gaan. Je moet zorgen dat als je een magazine maakt voor Visit Limburg, dat dat

eenheid uitstraalt. En dat kan ChatGPT niet. Dat kan alleen die copywriter die er even kritisch naar kijkt en die ziel en de beleving heeft vanuit dat bedrijf.

Maartje Kerfs:

Het is gewoon de inspiratie eruit halen en dan zelf nog de menselijke touch eraan toevoegen, zal ik zeggen.

Herve Van de Weyer:

Ja, absoluut.

Maartje Kerfs:

En zou het ook handig kunnen zijn om teksten te laten nalezen achteraf?

Herve Van de Weyer:

Ja, dat zeker. Ik zeg tegen mijn studenten – ik geef ook les copywriting – als er nu nog een dt-fout of een spellingsfout in jouw tekst staat, dan ben je twee keer lui geweest. Je bent de eerste keer lui geweest omdat je de spellingschecker van Word niet gebruikt hebt, en die ook al met AI werkt. En je bent een tweede keer lui geweest omdat je niet de moeite gedaan hebt om eventjes aan artificiële intelligentie te vragen om je tekst te verbeteren. Die haalt die spellingsfouten en die dingen eruit. Dus daar zeker. Een student die nu een bachelorproef indient met spellings- of dt-fouten, die verdient de doodstraf.

Maartje Kerfs:

Oei oei. En dan, u zei dat u ook bachelorproeven begeleidt. Is er ook een tool die u zou aanraden voor onderzoeken? Want wij hebben bijvoorbeeld geleerd dat Perplexity daarvoor wel goed is, om bronnen te geven. Bent u het daarmee eens?

Herve Van de Weyer:

Ja, maar ik weet niet of... Zowel ChatGPT als Perplexity hebben de slechte gewoonte om bronnen te verzinnen. Dus ja, je kan perfect gaan zoeken en vragen aan ChatGPT van: zoek mijn bronnen. Maar dan moet je altijd controleren of je bronnen effectief bestaan. Dus op die link klikken die je gegeven wordt. En dat gebeurt heel vaak. Want het is een taalmodel. Het verzint eigenlijk woorden na elkaar. En Perplexity, idem dito. Perplexity is al ietsje beter naar bronnen. Copilot gaat nog beter worden. Google gaat nog beter worden.

Dus als mijn studenten bij mij komen van: kan ik ChatGPT of artificiële intelligentie inzetten voor mijn bachelorproef? Dan kan dat zeker. En bij mij gebeurt dat in het voorgedeelte. Studenten struggelen met hoe krijg ik hier een goede onderzoeksvraag? Hoe krijg ik mijn deelvragen? En als je met je idee zit, dan kun je perfect aan ChatGPT vragen van: oké, formuleer me nu eens een deftige onderzoeksvraag, formuleer me de deelvragen en geef me dan het onderzoeksopzet. En dan gaat hij een aantal stappen geven. En dan kan je dat verder gaan uittypen, maar dan is het heel belangrijk om zelf aan de slag te gaan. En om zelf onderzoek te doen naar wat er al bestaat over het onderwerp.

Ik geef een heel concreet voorbeeld. Mijn dochter zit in haar laatste jaar master rechten. En net zoals jij gebruikt zij ChatGPT. Ik heb de betaalde versie trouwens voor haar. En ze zegt ook van: ja, maar soms verzint die gewoon wetgeving. Dat is een heel vriendelijk systeem, die artificiële intelligentie, die wil je tegemoetkomen. Die gaat je dan antwoord geven, maar je moet wel eventjes navragen of het effectief zo bestaat.

Deepseek, dat is zo een nieuwe die eraan komt. Het Chinese is daar redelijk goed in aan het worden, in bronnenmateriaal. Perplexity ook, om bronnenmateriaal te genereren. Dus je moet die verschillende artificiële intelligentietools gaan gebruiken om te zien wat mogelijk is.

Maartje Kerfs:

En op gebied van afbeeldingen bewerken, daarvoor kan DALL-E dus bijvoorbeeld, maar ook Photoshop? Zit daar ook AI in?

Herve Van de Weyer:

Ja, Photoshop zet ook AI in, het gaat automatisch foto's gaan verbeteren. Dus ik denk dat elk opmaakprogramma voor video of voor foto, daar zit al AI in. Zelfs op je smartphone. Als je straks een foto maakt en je moet daar een filter over leggen, dat is AI om die beter te krijgen. Of je gaat naar CapCut en je begint daar te bewerken, dat is AI die ermee aan de slag gaat. Foto's bewerken, dingen wegdoen, Photoshop, die werken allemaal met AI. Dat is echt om foto's te bewerken. DALL-E is om beelden te genereren. Dan kan je zeggen, oké, ik wil een beeld van, en je omschrijft dan heel goed wat je wil, en dan gaat dat beeld tevoorschijn komen. Mijn ervaring is dat dat beeld redelijk is, maar de tekst die daarin geplaatst wordt, heel dikwijls fouten bevat. Het mengt Engels en Nederlands met elkaar, dus dat je daar nog wel wat aan moet werken.

Eentje die heel goed is, maar dat moet je echt goed kunnen prompten, dat is MidJourney. Dat is echt een programma gemaakt om beelden te genereren. Maar als ik dan een afbeelding van jou zou willen, dan moet ik bijna een prompt schrijven van een halve pagina om eruit te krijgen. Je moet elk detail dat in het beeld zit, gaan beschrijven, anders kan je dat niet maken. Op die tijd heb ik een foto genomen, zeg ik altijd. Ik kan dat beeld nadien wel even opladen in Photoshop om even weg te werken, om er meer diepgang in te brengen. Daarvoor is het heel geschikt, want dat werd vroeger ook al gedaan, maar nu wordt dat gemakkelijker gedaan. Dus voor beelden, dat zal er nog wel aankomen, dat het nog beter wordt. Op dit moment levert dat mooie beeldjes op en kan je leuke dingen doen. Er zijn heel veel trends waar je leuk mee kan scoren op sociale media, maar om het nu effectief in brochures te gaan zetten of afbeeldingen: pas daarmee op.

Maartje Kerfs:

En weet u toevallig of er een tool bestaat die kan helpen met uitstappen of reizen door Limburg te maken?

Herve Van de Weyer:

Er bestaat geen tool, maar dat is gewoon vragen aan ChatGPT. Afgelopen week ben ik in Albanië geweest met mijn vrouw. Ja, ik heb op voorhand aan ChatGPT gevraagd. Ik ben van dan tot dan in Albanië. Ik vertrek daar. Ik had op voorhand wat research gedaan. Ik wil dat en dat doen. Maak mij een planning. Dat doet hij wel. Maar ook daarop moet je controleren, want hij had me weer een museum aangegeven dat altijd gesloten is op maandag. ChatGPT weet dat niet altijd. Hij had het toch een maandag ingeboekt.

Dus dat is gewoon een goede prompt maken. Maak mij een reisroute in Limburg. Ik wil die steden zien. Ik wil dat specifiek doen. Het is voor die doelgroep. Ja, dat kan allemaal. En je kunt daar echt heel ver in gaan. Ik heb die oefening eens gemaakt: oké, ik heb tien buitenlandse studenten. Van dan tot dan. Maak mij een weekprogramma in Limburg. Waarbij ze die steden moeten bezoeken. In het Engels. Met een mooi dagprogramma erbij. Helemaal perfect gedaan. Opstaan. Ontbijten. Het zat er allemaal mooi in. En dan heb ik vervolgens aan het systeem gevraagd: maak me nu maar een mail, dat ik naar die deelnemers kan sturen. Maak mij een Instagrampost. En eigenlijk in tien minuten tijd, bij wijze van spreken, had ik een programma. Had ik al mijn Instagramposts. Mijn captions klaar. En kon ik dat gewoon uitsturen. Dus daarvoor is dat wel goed. Wel goed prompten. En nadenken. Als je daar insteekt, dat is heel belangrijk. Als je daar vuilnis insteekt, krijg je ook vuilnis terug. Zo simpel is dat eigenlijk.

Maartje Kerfs:

Wat is dan volgens u het belangrijkste kenmerk om een prompt op te stellen?
Is dat dan vooral details geven?

Herve Van de Weyer:

Ja, je moet heel concreet zijn. Wat ik altijd doe, is: ik geef altijd een situatie. Dit is de situatie, dit is waarover het gaat. Dan zal mijn vraag heel concreet zijn: "Maak mij een programma van vijf dagen. Elke dag begint om negen uur met een ontbijt." Dus al die details die je erin zou moeten steken, moet je er op voorhand in steken.

En dan moet je ook goed aangeven wat je outcome wil zijn. Wil je een doorlopende tekst? Wil je dat in tabelvorm? Of wil je dat in een andere vorm? Zodat je weet hoe dat moet aangegeven worden. Dus je moet echt al veel nadenken op voorhand.

Zoals je naar een reisbureau gaat om een reis te boeken, moet je dat eigenlijk hetzelfde doen in ChatGPT. Van dan tot dan. Dat is de doelgroep. Ik wil dit en dit en dit bekijken. En als je dat er allemaal in steekt, dan gaat er iets heel moois uitkomen. Of toch een goede basis om mee aan de slag te geraken.

Maartje Kerfs:

Ja, oké. Dus ook wel altijd volzinnen uitschrijven dan?

Herve Van de Weyer:

Ja, ja, ja. Heel veel context. Het is een dom systeem. Het is gewoon een systeem dat gaat op het internet zoeken naar woorden. Het is een algoritme. Naar woorden die met elkaar in verband gebracht worden. En de woorden die met elkaar in verband gebracht worden, die gaat hij dan gewoon naast elkaar zetten. Zo simpel is dat eigenlijk.

Maartje Kerfs:

Ja, klopt. Zijn er nog andere prompttips die u kan geven?

Herve Van de Weyer:

Mijn belangrijkste prompttip is altijd: wees vriendelijk tegen dat systeem. Want ja, voorlopig is dat nog een computer. Maar stel dat dat straks een mens wordt. Als je iets goed gedaan hebt, zeg je dat ook altijd. "Goed gedaan. Dank u. Proficiat." Dan heb ik het gevoel, Maartje, dat je beter presteert. Dat is vooral een gevoel op gebied van duidelijkheid. Dat is niet zo. Het is gewoon een dom systeem. Maar voor mij is dat een sparringpoort, dus ik wil daar op goede voet mee leven.

Dus ik ben heel vriendelijk tegen het systeem. Maar ik ben ook heel kritisch. Soms vind ik ook, omdat het niet goed is, dan zeg ik dat ook gewoon. "Oké, dit is niet goed, maak me iets anders."

En dat kan je doen door... een goeie tip is ook om die een rol te geven. Zeg tegen die ChatGPT: jij bent nu copywriter. Jij bent nu reisorganisator. Je bent nu stewardess. Ik zeg maar iets. Dat die weet welke functie hij moet aannemen. En dan gaat die zich daar beter naar gedragen. En dat geeft betere resultaten.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké.

Herve Van de Weyer:

Zeker bij Visit Limburg als communicatieverantwoordelijke, daarom dat je social media planning moet doen, een contentplanner...

Ik zeg dan ook: je bent nu contentplanner voor Visit Limburg. Je beheert kanalen Instagram, Facebook, weet ik veel wat. En begint eraan. Dan weet je, oké, ik ben nu dat. En op die manier ga je

betere resultaten krijgen. Dus goede context geven. Vraag duidelijk stellen. En zorgen dat de outcome die je wil, die heel goed beschreven is. Dan ga je al heel veel ver geraken.

Maartje Kerfs:

Ja.

Herve Van de Weyer:

En out-of-the-box denken, Maartje. Want ik zie te veel mensen die daar heel krampachtig mee bezig zijn. Dat systeem is maar zo creatief als jij creatief bent. Je moet echt durven zeggen: oké, ga eens out-of-the-box denken.

En de gouden tip die ik dan heb, is: ga naar TikTok en volg daar een aantal kanalen die over ChatGPT gaan of over AI gaan.

En dan zie je heel snel de trends. Toevallig, vorige week in Albanië, was ik aan het scrollen op TikTok... Toen zag ik: ah, maar hier, kijk eens aan. Iemand is zijn voortuin aan het inrichten en het ontwerp van zijn voortuin kwam uit ChatGPT. Hij had gewoon een foto genomen van zijn voortuin, die in ChatGPT gestoken. En hij zei van: "Maak mij een nieuw voorstel."

Dus ik zei het nog, elke functie komt in aanmerking voor ChatGPT. Zelfs architecten, tuinondernemers, je noemt het maar op. Je kan er perfect mee aan de slag gaan.

Als het straks Kerstmis is en je wil je huiskamer inrichten in kerstsfeer, je neemt een foto van je huiskamer en je vraagt aan ChatGPT: "Maak mijn huis kerstsfeerachtig," dan ga je dat eruit krijgen. Zo simpel is dat gewoon.

Maar je moet mee creatief blijven zijn. En niet gewoon zeggen: laat het systeem maar denken. Het systeem denkt niet voor jou, jij moet voor het systeem gaan denken. En dan ga je er leuke resultaten uithalen.

Maartje Kerfs:

En wat ze bij Visit Limburg soms ook vervelend vinden, is dat ze output krijgen over Nederlands Limburg in plaats van Belgisch Limburg. Moet je dat dan ook altijd in je prompt schrijven?

Herve Van de Weyer:

Ja. Je moet dat heel duidelijk in je prompt beschrijven. En je moet tegen het systeem zeggen wat Nederlands Limburg is en wat Belgisch Limburg is.

Want die weet dat gewoon nog niet. Nog eens, het is gewoon een dom systeem.

"Ik wil dat je een tekst gaat schrijven over Belgisch Limburg. Dit omvat de volgende gemeente." Of die provincies. Dan weet je al wat beter. Dan gaat dat beter gekaderd zijn.

Maar inderdaad, als je gewoon zegt "Limburg", voor hem is dat één grote pot nat.

Maartje Kerfs:

Ja, klopt.

Herve Van de Weyer:

Maar dat probleem gaat wel op termijn opgelost raken. Naarmate we meer en meer het systeem aan het leren zijn. Dat is wat we eigenlijk allemaal op dit moment doen. We zitten heel veel data te pompen in ChatGPT. En die leert heel veel bij. En dat gaat dan alsmaar beter en beter gaan worden.

Maartje Kerfs:

En uiteindelijk gaat de oplossing van mijn bachelorproef ook duurzaam moeten zijn. Maar artificiële intelligentie is totaal niet duurzaam.

Herve Van de Weyer:

Nee, maar dat is zo. Het gebruik van artificiële intelligentie is niet duurzaam. Dat betekent niet dat je

het niet moet gebruiken. Nee, het tegendeel. Je moet het gewoon...

Als je zegt: "Ik wil toch de connotatie duurzaamheid in mijn bachelorproef inbrengen."

Dan is de belangrijkste tip die ik ga geven: ga kritisch om met de informatie die je erin steekt. En doe dat niet zomaar onbezonnen. "Ik heb dus een vraagje, dus ik ga er eens mee aan de slag." Dat is echt energie weggooien. Dat doe je normaal ook niet.

Ja, en dat is spijtig dat dat heel veel energie kost. Maar Google, dat kost ook redelijk veel energie. Het is minder, maar we gebruiken dat evenzeer. Netflix, ja, dat kost ook heel veel energie om uw filmpjes bij u te krijgen, dagelijks.

Dus die dingen vind ik... je mag daarvan wakker liggen. Je moet er bewust van zijn. Maar daar gaat de wereld niet beter van worden, van duurzaamheid.

Ik denk dat het systeem, de stem die achter ChatGPT zit, die het laten draaien... Die zijn wel allemaal bezig om ervoor te zorgen dat er minder energie gaat gebruikt worden. En dat het energievriendelijker gaat worden. En dan gaat het probleem zich op termijn oplossen.

Maar voorlopig moet je zorgen dat je kritisch bent: "Ga ik het gebruiken of ga ik het niet gebruiken?" En niet klakkeloos gaan gebruiken. Dat is toch mijn duurzaamste tip.

Maar nog eens, soms moet je je principes opzij zetten aan duurzaamheid. Want dan moet je ook niet meer gaan vliegen, bij wijze van spreken. Je kan je geweten afkopen.

Als ik gisteren landde met Ryanair, dan kan je tien euro doneren om compensatie te geven voor CO₂-uitstoot. Als dat het systeem is, dan zorg je voor een sussend geweten hier. Maar je weet: ik heb toch wel heel veel vervuiling veroorzaakt.

Of ik nu vlieg, of ik nu ChatGPT gebruik. Of ik gebruik sociale media. Ik gebruik het altijd.

Ik vind dat je in de bachelorproef kan zeggen: "Oké, we weten dat het qua duurzaamheid nefast is, maar het belet ons niet om er kritisch mee om te gaan en op de juiste manier in te zetten."

Maartje Kerfs:

Ja, oké, dankuwel daarvoor. We zijn zo goed als op het einde gekomen van het interview, dus is het goed als ik een samenvatting ga geven?

Herve Van de Weyer:

Ja.

Maartje Kerfs:

Oké, dus we hebben heel wat tools besproken. Als ik het goed heb begrepen is ChatGPT een heel handige tool, omdat het een allround-model is. Maar het is wel nog steeds een taalmodel, dus het gaat qua tekst wel het beste zijn.

Om afbeeldingen te genereren had u bijvoorbeeld DALL-E opgesomd, maar we hebben ook Perplexity aangehaald, Copilot, enzovoort.

En op het gebied van prompts is het belangrijk om met volzinnen te werken, een situatie te geven, voldoende context met heel veel details, een persona te geven en aan te geven wat je verwacht — dus hoe je wil dat de output eruit gaat zien.

Tot slot hebben we kort het thema duurzaamheid besproken: we moeten kritisch omgaan met artificiële intelligentie. Bent u het eens met die samenvatting?

Herve Van de Weyer:

Ja, absoluut.

Maartje Kerfs:

Is er nog iets wat u wil toevoegen?

Herve Van de Weyer:

Ja, bij Visit Limburg. Ik weet niet of ze met contentplannen, maandplannen, weekplannen werken. In

communicatiebureaus wordt dat vaak gedaan. ChatGPT is daar heel goed in, een contentplan maken. In onze opleiding doe ik de communicatie. Dan vraag ik per week: geef mij... Ik wil drie keer posten deze week, één keer daar, één keer daar, één keer daar. Ik heb geen inspiratie. Maak mij gewoon een contentplan. Ik probeer veel dingen uit in ChatGPT: ik heb een YouTube-filmpje geüpload en een transcriptie gevraagd. Het filmpje had ik niet bekeken. De transcriptie kan ik laten samenvatten tot een caption voor Instagram. Voor sollicitaties is het ook een heel leuke tool. Ik kan een advertentie uploaden en hij kan een motivatiebrief schrijven. Hij kan me zelfs voorbereiden op het sollicitatiegesprek. Ik ga op sollicitatiegesprek daar: wat zijn de vragen die ze gaan stellen, welke antwoorden kan ik erop geven?

Het kan je ook een taal leren. Je kan er tegen spreken en hij... Ik zeg "hij" de hele tijd, het kan ook een vrouw of een x zijn.

Hij kan je ook verbeteren. Of je kan teksten van het Nederlands naar het Frans of Swahili zetten. Het maakt niet uit.

AI kan veel dingen en dat gaan we nu samen ontdekken. We staan voor uitdagingen naar onderwijs toe, maar ook voor werk. Is dat nu hetgeen dat alle problemen kan oplossen? Nee, waarschijnlijk niet. Maar het gaat bijdragen tot een efficiënter beleid en iedereen gaat zich moeten omscholen en zorgen dat je een goede partner wordt in iedere werksituatie. Ongeacht wat je gaat doen, eigenlijk.

Maartje Kerfs:

Heel erg bedankt!

Herve Van de Weyer:

Graag gedaan. Mocht er nog iets zijn, aarzel dan niet om mij te contacteren.

Ellen Theunen:

Zijn het diepte-interviews of hoe moet ik dat zien?

Maartje Kerfs:

Ja, het zijn diepte-interviews. Eerst heb ik interviews afgenomen met de communicatie-medewerkers van Visit Limburg om te bekijken hoe zij AI gebruiken, welke tools ze kiezen en ook hoe ze prompten. Daarna ben ik dus diepte-interviews gaan doen met AI-kenners, maar ook met influencers die AI gebruiken. Zo ga ik dan proberen suggesties te geven om het AI-gebruik te verbeteren.

Ellen Theunen:

Ah ja, oké, goed. Dat lijkt ook een beetje op mijn onderzoek, hè. Dus de bedoeling is om suggesties te doen om het dan op de meest optimale manier te gebruiken. Voilà, ik ben er helemaal klaar voor.

Maartje Kerfs:

Oké, super. Dan ga ik beginnen met een paar kennismakingsvragen. Jij bent lector communicatie. Wat houdt jouw functie precies in?

Ellen Theunen:

Ja, ik ben lector communicatie in de professionele bachelor communicatie binnen Media & Tourism aan de PXL. Ik geef les in het eerste, tweede en het derde jaar over communicatievakken, want ik ben zelf ook communicatiewetenschapper. Ik heb zowel de bachelor- als de masteropleiding voltooid. Ik heb ook wat ervaring in het werkveld, als communicatieverantwoordelijke. Maar ik ben nu toch al sinds 2005 op de PXL. Rond 2019-2020 ben ik een beetje dichter bij huis gaan werken. Ik ben niet van Limburg, dat hoor je misschien wel. Maar ik ben toch teruggekomen omdat het veel te leuk is op de PXL.

Ik geef zowel theoretische vakken als praktische vakken. Mijn expertise zit vooral in communicatie zonder winstoogmerk: overheidscommunicatie, social profitcommunicatie en ook public relations.

Maartje Kerfs:

Oké, dankjewel.

En welke ervaring heb je met artificiële intelligentie?

Ellen Theunen:

Mijn ervaringen zijn enerzijds de ervaringen die veel mensen hebben. Ik werk soms met ChatGPT of ik genereer beelden voor mijn lessen. Ik laat teksten nalezen, ik gebruik ChatGPT om structuren op te zetten, en ook om nuance te leggen als ik een toelichting moet geven.

Daarnaast werk ik ook met tools zoals Canva, Magic Media, Magic Studio en DALL-E.

Maar ik doe ook onderzoek: ik onderzoek hoe je AI kan inzetten om creativiteit te boosten, vooral rond generatieve AI en beeldcreatie. Ik geef studenten opdrachten, zoals een promopost maken voor de opleiding communicatie, met zowel een beeldgenerator als een large language model.

Ik begeleid ook bachelorproeven rond AI in contentcreatie, vooral voor social media.

Samen met collega's zoals mevrouw Timmermans hebben we ook een groot experiment gedaan: studenten interviewden een bekend persoon, schreven met AI een songtekst en maakten een platenhoes met beeldgeneratoren zoals DALL-E, Canva, Firefly, Copilot, Stable Diffusion en Gemini.

Dus ik combineer mijn persoonlijke ervaring met onderzoekservaring.

Maartje Kerfs:

Dus je hebt toch al heel veel kennis van AI hoor ik zo.

Ellen Theunen:

Ik weet niet of ik dat zo zou zeggen. Kennis van AI is zo moeilijk, het is enorm breed en ook technisch. Misschien ontdek je dat ook tijdens je onderzoek: het stopt niet.

Vanaf het moment dat je ermee bezig bent, blijft het zich ontwikkelen. Er komen voortdurend nieuwe tools en nieuwe informatie bij.

Dat vond ik soms heftig, omdat je het gevoel hebt dat je wil blijven.

Maar ik probeer het los te laten. Een van de mensen die ik volg is Nadia Desmet van Somniflex. Zij zegt: door alleen al ermee bezig te zijn, blijf je eigenlijk bij. Je moet niet alles weten, maar door er actief mee bezig te zijn, ben je voldoende up-to-date.

Toch blijft het overweldigend. Ik ben er nu ongeveer anderhalf jaar mee bezig en ik vind het nog altijd moeilijk om alles te vatten.

Maartje Kerfs:

En wat zijn volgens jou de grote voordelen van AI binnen communicatie?

Ellen Theunen:

Tijdswinst en efficiëntie zijn de belangrijkste voordelen. Zaken zoals transcripties maken, zoals jij nu bijvoorbeeld, gaan veel sneller.

Sommige taken die normaal veel tijd kosten, worden helemaal overgenomen. Maar de voorwaarde is wel dat je weet hoe je het handig gebruikt. Anders kan het verbeteren van de output nog evenveel tijd kosten als het zelf schrijven.

Ik gebruik AI ook om te brainstormen, bijvoorbeeld voor lessen of zelfs voor reizen of feestjes. Met Nieuwjaar wilden we een tuitje of zoiets in elkaar steken. En dan kom je ook tot dingen waar je nog niet aan had gedacht.

Dus wacht hé, wat had ik nu eerder gezegd? Ja, transcriptie en verslagjes maken, brainstormen, structureren, tijdsefficiëntie. En dat creatieve pingpong vind ik ook wel interessant.

Maartje Kerfs:

En zijn er ook grote nadelen aan verbonden?

Ellen Theunen:

Ja, vooral bij studenten zie ik nadelen. Er wordt soms te snel naar AI gegrepen zonder voldoende kritisch na te denken.

De teksten die AI genereert ruiken naar de waarheid, maar zijn vaak oppervlakkig en bevatten fouten. Studenten hebben soms snel het gevoel dat ze "iets" hebben, maar het mist vaak diepgang. Goed prompten is cruciaal, en dat missen studenten vaak nog.

Op lange termijn vrees ik ook dat essentiële vaardigheden zoals analyseren, structureren en synthetiseren verloren kunnen gaan als jongeren van jongs af aan AI gebruiken.

Zelf heb ik die vaardigheden ontwikkeld omdat ik jarenlang alles zelf heb moeten schrijven. Als je die oefening overslaat, mis je echt iets.

Dat kan ook een impact hebben op hoe goed mensen later prompts kunnen schrijven of informatie kritisch verwerken.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik zeker. Ik ben ook heel blij dat ik nog geen AI gebruikte in het middelbaar. Daardoor heb ik veel vaardigheden zelf geoefend.

Ellen Theunen:

Inderdaad. Nu zou je gek zijn om het niet te proberen, maar de training in zelfstandig denken en schrijven vermindert wel.

En dat kan op termijn een effect hebben. Misschien zien we dat pas later echt duidelijk.

Maartje Kerfs:

Is het goed als we nu even AI-tools gaan bespreken?

Ellen Theunen:

Absoluut.

Maartje Kerfs:

Je zei dat je een project had gedaan met de studenten, vooral rond beeldtools. Was daaruit een favoriet gekomen? Eén die veel beter genereert dan de andere?

Ellen Theunen:

Maartje, nu pak je me even in snelheid, want ik ben momenteel nog bezig met de verwerking van die resultaten. Maar inderdaad, het is wel de bedoeling dat daaruit een favoriet naar voren komt.

Maartje Kerfs:

Geen probleem.

Ellen Theunen:

Nee, ik heb nog maar net de dataset gekregen.

En dat is in SPSS.

En ik heb zelf ook nog met mijn onderzoekshoofd afgelopen week nog maar pas bekeken hoe ik die data moet verwerken.

Maartje Kerfs:

Oké, dat is geen probleem.

Ellen Theunen:

Ik vermoed wel dat Dall-E, Dall-E is degene die het meeste wordt gebruikt, en misschien ook wel Canva, Magic Studio is het, denk ik.

Ja, weet je, in Canva...

Ik weet niet hoe dat bij jullie zit, maar bij ons werken de studenten best vaak al in Canva.

Dus het zou kunnen dat die opstap daarnaartoe sneller verloopt.

Heb jij er zelf eentje die je verkiest of heb je er nog weinig ervaring mee?

Maartje Kerfs:

Qua beeldbewerking heb ik nog niet zoveel moeten doen, dus daar weet ik zelf nog niet veel van.

Ellen Theunen:

Nee, voorlopig heb ik daar nog geen resultaten van.

Maartje Kerfs:

Oké, geen probleem.

En hier bij Visit Limburg zitten ook heel veel copywriters.

Is er daarvoor een tool dat je zou kunnen aanraden?

Ellen Theunen:

Ja, ChatGPT.

Dat is degene toch die het meeste wordt gebruikt.

Er is een groot verschil wel in de gratis versie en de betalende versie.

Maartje Kerfs:

Ah, oké.

Ellen Theunen:

Ja, dat lijkt ook logisch natuurlijk.

De gratis versie, daar kan je ook maar een beperkt aantal zoekopdrachten in geven, maar de resultaten zijn uit de betalende versie ook wel beter.

Dat heb je ook.

Ik hoor, maar eigenlijk is dat niet vanuit mijn eigen ervaring, Claude, denk ik, wordt ook vaak...

Ja, wordt ook soms vaak genoeg gebruikt, maar ik heb dat zelf nog niet uitgetest.

Wat ik ook wel zie, maar dat is dan eerder bij mijn man, dat zijn niet mijn persoonlijke ervaringen Maartje, is dat zij op hun werk experimenteren met Copilot.

Zij hebben een Microsoft-pakket en Copilot zit automatisch dan in hun Teams, in hun Outlook en in hun Word.

Dus daar heb je het grote voordeel dat dat geïntegreerd is in de programma's die je dan dagelijks gebruikt.

Dat is dan ook weer iets wat misschien gemakkelijker zal werken op de duur, omdat het gewoon geïntegreerd is in de programma's waar je je andere taken in doet.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik, ja.

Dat lijkt mij ook wel een meerwaarde.

En zou er een bepaalde tool zijn die beter is in bronnen geven? Want ja, ChatGPT die verzint soms bronnen.

Zou er een tool zijn die daar beter in is? Of heb je daar niet echt inzicht over?

Ellen Theunen:

Ik denk... Ik ga het even eens opzoeken.

Perplexity, dacht ik. Of was het nu Claude zelf?

Ja, ik weet het niet.

Het is dus geen parate kennis momenteel.

Wacht, hè...

Nee, ik ben het even kwijt.

Het was ofwel Perplexity ofwel Claude, maar ik ben het vergeten.

Dus pak het niet mee in je verslag.

Als je wilt, dan zoek ik het nog op.

Maar er zijn er die er beter in zijn.

Dus ik ga het misschien nog eens opzoeken op het einde van ons interview.

Ik denk dat ChatGPT dat ook vandaag de dag al een beetje meer doet dan voorheen.

Maartje Kerfs:

Oké.

Ellen Theunen:

Maar ik weet het niet van buiten.

Het komt op mijn leeftijd dat ik het allemaal niet meer zo goed krijg hier.

Maartje Kerfs:

En zijn er nog andere AI-tools die je graag zou willen aanhalen?

Ellen Theunen:

Ja, even denken.

Nee, ik zit vooral op large language models en beeldgeneratoren.

Ik hoor zo wel van tools die echt een song kunnen maken of een meme kunnen maken.

Maar dat boeit me op zich niet zo erg, omdat we daar op het vlak van communicatie nog niet genoeg mee zijn ontwikkeld.

En dan probeer ik daar mijn tijd niet in te steken.

Ook omdat het natuurlijk energie kost.

Het is geen duurzame activiteit.

En op die manier probeer ik daar ook verstandig mee om te springen.

Ik ga AI niet zomaar voor de lol gebruiken, maar altijd met een doel.

Maartje Kerfs:

Straks had je ook al prompten aangehaald.

Wat zijn voor jou de belangrijkste kenmerken van zo'n prompt?

Ellen Theunen:

De vraag van 1 miljoen.

Prompten is niet gemakkelijk. Hoe gedetailleerder je prompt natuurlijk, hoe beter.

Het hangt ervan af wat je wil. Als je een vrije oefening wil doen, dan maakt het niet zoveel uit.

Maar als je echt iets specifiek wil, moet je goed richting geven. Bijvoorbeeld: als je een reisje wil boeken, zeg dan hoeveel personen, welke leeftijden, welk seizoen... Vooraf goed nadenken dus.

Wat speelt allemaal een rol? Wil ik een verhaal? Wil ik een structuur? Wil ik een brief?

Dat soort dingen moet je allemaal vooraf overwegen. Is het licht uitgevallen?

Maartje Kerfs:

Dat gebeurt hier vaak als iemand lang stilzit... Het is om energie te besparen, dus duurzaamheid, maar toch is het vervelend (lacht).

Ellen Theunen:

Vervolgens moet je ook goed opletten: soms geeft de tool al suggesties. Soms zit dat in de goede richting, soms niet.

Ik ben voorstander om dan niet telkens kleine wijzigingen te maken, maar echt opnieuw te formuleren als het niet goed zit.

Ook duurzaamheid is belangrijk: probeer je prompts goed te formuleren zodat je minder moet herprompten.

Want telkens herprompten kost rekenkracht en dus energie.

Nog iets: als je een fout maakt in je prompt, merk ik dat ChatGPT dat blijft meedragen.

Bijvoorbeeld: ik had ooit de naam van mijn zoon Thijs in een prompt gezet, en sindsdien blijft ChatGPT mij in die sessie met die naam aanspreken, ook als ik opnieuw prompt.

Dat kan je moeilijk "deprogrammeren".

Een andere tip: laat ChatGPT je helpen om een prompt te schrijven voor een beeldgenerator zoals Dall-E.

Beelden prompten is moeilijker dan tekst prompten.

Maartje Kerfs:

Heel goede tip.

Ellen Theunen:

Er zijn heel veel cursussen en bronnen online, zoals Somiflex bijvoorbeeld.

Misschien ben je dat al tegengekomen in je literatuuronderzoek?

Maartje Kerfs:

Nee, nog niet.

Ellen Theunen:

Promptcursussen geven vaak nuttige tips.

En het verandert snel, dus het is goed om het af en toe te updaten.

Maartje Kerfs:

Is het belangrijk om altijd in volzinnen te typen?

Ellen Theunen:

Ik denk niet dat dat zo'n groot verschil maakt.

Het gaat vooral over hoeveel details je geeft, niet of dat in volzinnen is of in bullet points.

Nog een tip: ChatGPT kan niet goed omgaan met negatieve formuleringen.

Als je zegt "Ik wil een afbeelding met vijf katten, maar geen honden", kan hij toch honden genereren.

Omschrijf daarom vooral wat je wel wilt zien.

Nog iets raars: er wordt gezegd dat als je in hoofdletters iets schrijft ("ZEKER EEN HOND"), dat de tool dat als extra belangrijk kan oppikken.

Ik heb dat zelf nog niet uitgetest, maar je kan het proberen.

Maartje Kerfs:

Interessant, ik zal dat zeker eens proberen.

Is er nog iets dat ik vergeten ben aan te halen?

Ellen Theunen:

Duurzaamheid is belangrijk. Misschien de gevoelens rond AI: sommige mensen zijn bang, anderen zijn optimistisch.

Maartje Kerfs:

Ja, zelf heb ik ook gelezen dat sommige mensen bang zijn dat AI hun job gaat overnemen na verloop van tijd.

Ellen Theunen:

Wij proberen vanuit de opleiding positief te blijven.

AI is een gamechanger, zeker in communicatie en toerisme.

Beter nu al leren ermee werken, want het gaat niet meer weg.

Als je het goed gebruikt, kan het je positie zelfs versterken.

Maartje Kerfs:

Oké, super.

Dan ga ik nog een samenvatting geven van het interview. Dus we hebben verschillende tools besproken, zoals ChatGPT en ook enkele beeldbewerkingtools. (2:49) Maar daar ben je dan zelf nog mee bezig om de resultaten daarvan te analyseren.

Ellen Theunen:

Ja.

Maartje Kerfs:

En Perplexity of Claude zou dan ook goed zijn in bronnen, maar dat moet ik dan wel nog even opzoeken. Daarna hebben we het prompten besproken. Dus daarbij is het belangrijk om een goede situatie te schetsen, dus details te geven en context, zoals je eigenlijk waarschijnlijk tegen iemand anders zou spreken.

Ellen Theunen:

Jawel, ja.

Maartje Kerfs:

En dan heb je nog tips gegeven rond het hoofdlettergebruik en ook dat je wat je niet wil best niet kan zeggen, omdat het dan toch nog die woorden gaat opnemen.

Ellen Theunen:

Ja, inderdaad.

Maartje Kerfs:

Het thema duurzaamheid is dan ook heel belangrijk. Dus goed nadenken eigenlijk voordat je een prompt ingeeft, zodat je het zo min mogelijk moet bijsturen.

Ellen Theunen:

Ja. Ik zou dat zeker samen nemen met kritisch zijn. Want kritisch zijn is misschien nog belangrijker. Het geeft ook niet zo'n goede resultaten als je niet meer gaat nadenken en je gebruikt het maar te pas en te onpas. Dan denk ik dat je resultaten inboet aan kwaliteit. Dus beter minder gebruik en goed doordacht en goed op voorhand nadenken en kritisch gebruiken. Uiteraard ook als je de resultaten hebt. En dat in combinatie met wat je doet heeft toch een beetje impact. Er is rekenkracht voor nodig. En energie.

Ja, goed samengevat.

Maartje Kerfs:

Dankjewel. Dat waren al mijn vragen. Bedankt voor je tijd!

Ellen Theunen:

Geen probleem, Maartje.

Ik ben benieuwd naar je bachelorproef! Misschien kunnen we op een bepaald moment ook nog wel eens terugkoppelen naar elkaar.

Maartje Kerfs:

Ja, zeker.

Ellen Theunen:

Dan zien we dat wel weer. Voilà. Als je geen vragen meer hebt...

Maartje Kerfs:

Nee, dan kunnen we afronden.

Ellen Theunen:

Dat is goed.

Maartje Kerfs:

Heel fijn weekend!

Ellen Theunen:

Dankjewel. Ik wens jou ook een fijn weekend.

Maartje Kerfs:

Dankjewel.

Ellen Theunen:

Heel veel succes, zowel met je bachelorproef, als op je stage.

Maartje:

Dankje!

Ellen Theunen:

En dan misschien tot nog een keertje?

Maartje Kerfs:

Tot de volgende keer. Daag.

Ellen Theunen:

Dag.

Maartje Kerfs:

Voor mijn bachelorproef onderzoek ik op welke manier Visit Limburg artificiële intelligentie kan inzetten voor B2B- en B2C-communicatie. Eerst heb ik de communicatiewerknemers geïnterviewd om te vragen naar hun AI-gebruik, welke tools ze kiezen en hun manier van prompten. Daarna ben ik gestart met diepte-interviews met AI-experts om de AI-inzet van Visit Limburg te verbeteren. Om te beginnen ga ik je een paar kennismakingsvragen stellen. Wat houdt jouw functie precies in?

Freya Geerts:

Ik ben AI-onderzoeker binnen het Centrum Digitaal Leren. Dus ja, dat is hetgeen wat ik bekijk. Daarnaast zit ik nog in andere projecten waarbij ik werk aan het verhogen van de digitale competenties bij leerkrachten.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké. En heb je ervaring met communicatie, zoals een opleiding of een eerdere job?

Freya Geerts:

Ik ben van opleiding pedagoog en leerkracht. Dus ja, communicatie denk ik dat wel in elke job aanwezig is. Dus in dat luikje wel, maar ik heb geen specifieke opleiding binnen communicatie gevolgd, nee. Maar communicatie was wel een vak dat bijvoorbeeld in de lerarenopleiding zat.

Maartje Kerfs:

Ja, oké. En wat zijn volgens jou de voordelen van artificiële intelligentie binnen communicatie?

Freya Geerts:

Het voordeel is als je het goed gebruikt, dat je heel veel tijd kunt besparen. Maar je moet het wel goed gebruiken.

Maartje Kerfs:

Ja, klopt. En zijn er ook nadelen aan verbonden, denk je?

Freya Geerts:

Ja, het nadeel is dat er heel veel mensen denken: ik ga tijd besparen en het daardoor niet kritisch gaan gebruiken en het gewoon klakkeloos overnemen.

Maartje Kerfs:

Ja, inderdaad. Gebruik je zelf artificiële intelligentie voor je werk?

Freya Geerts:

Ja, vermits dat het mijn job is om dat uit te zoeken wat de mogelijkheden zijn en de grenzen en de limieten en hoe dat we daar best mee omgaan. Ja, gebruik ik dat natuurlijk heel veel, ja.

Maartje Kerfs:

Welke tools gebruik je dan?

Freya Geerts:

Ik bekijk voornamelijk de large language models, maar daarnaast bekijk ik ook heel wat andere tools binnen het domein van generatieve artificiële intelligentie.

Ik heb Brain ontwikkeld. Ik weet niet of je Brain kent. Brain kan je terugvinden op onze website van het Centrum Digitaal Leren. Ik zal de link doorsturen. Dat maakt het soms iets gemakkelijker om te begrijpen over wat ik het ga hebben. En wat heb ik gedaan? Ik ben alle AI-tools, alle is misschien veel gezegd, want er zijn er ontzettend veel, maar ik ben dus AI-tools gaan clusteren aan vakgebieden uit het secundair onderwijs.

Dus ik ben gaan kijken welke tools zijn bijvoorbeeld handig voor het vak wiskunde, welke tools zijn handig voor een taalvak en op welke manier zou je die kunnen inzetten? Maar ook hoe kunnen studenten of leerlingen AI gebruiken om hun leerproces te versnellen? Dus hoe kan de AI een hulp zijn? Want het gaat hier altijd om een hulp. Een hulp zijn bij bijvoorbeeld het studeren.

Maartje Kerfs:

Oké, heel interessant. En hier bij Visit Limburg zitten ook heel wat copywriters, dus die teksten schrijven. Zou je voor hen een tool kunnen aanbevelen of is het echt specifiek gericht op het leren van taal?

Freya Geerts:

Nee, als je erop klikt dan zie je ook dat er staat 'schrijven'. Er is een blokje, schrijfvaardigheden. Dat is ook iets dat ze moeten leren in het secundair onderwijs. Dus je hebt daar Grammarly bijvoorbeeld in zitten, een Quillbot. Dat zijn allemaal tools die je kan gebruiken, maar ook een ChatGPT kan je gebruiken. Je kan een tekst pakken en zeggen: herschrijf het naar bijvoorbeeld een C2-niveau. Dat zijn allemaal mogelijkheden die je met AI kan doen. Dus ook die zitten daarin.

Maartje Kerfs:

Oké, heel handig. Zijn er eigenlijk nog andere tools die je zou kunnen aanbevelen voor Visit Limburg?

Freya Geerts:

Wat ik persoonlijk zou aanbevelen voor Visit Limburg is een eigen GPT bouwen. Je moet wel een betaald account hebben, maar jullie hebben waarschijnlijk heel veel brochures en informatie wat waarschijnlijk ook ergens digitaal ter beschikking is. En je kan die eigenlijk met een eigen GPT gewoon heel eenvoudig uploaden en zeggen: oké, ik maak dit.

De assistent die gaat uitleggen, je wenst een bezoekje naar Bokrijk bijvoorbeeld. Iemand vraagt wat zijn de openingsuren? De onthaalbedienden aan het loket van een toeristische dienst bijvoorbeeld, zou je bijvoorbeeld deels kunnen opvangen met zo'n eigen GPT.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké. Dat is wel interessant. En heb je zelf ook kennis over prompten? Over hoe dat je iets ingeeft?

Freya Geerts:

Ik mag hopen van wel, aangezien ik ons leerpad van de PXL heb geschreven over het prompten. Dus we hebben binnen onze PXL, binnen onze hogeschool, een leerpad dat gaat over prompten. Ik weet niet of je daar al van gehoord hebt, Maartje?

Maartje Kerfs:

Nee.

Freya Geerts:

Ah, oei, dat is jammer. Want dat heb ik gemaakt, waarin allerlei tips staan over hoe je beter kunt

prompten en waaraan je allemaal moet denken. Nu, je ziet daar de website Centrum Digitaal Leren staan. Als je dat opent, daar zie je vanboven ook een balkje staan, AI Handleiding. Ja, dat is het leerpad dat ik voor jullie als studenten heb ontwikkeld. Dus normaal gezien vragen wij om dat aan de studenten te verspreiden. En daar zit een luikje in dat gaat over alleen maar prompten.

Je gaat er ergens zien staan, prompten, en dan kan je daarop klikken en dan krijg je een heel leerpad met allerlei tips om een betere prompt te krijgen. Ook hoe je je eigen GPT kan customizen, dus gaan personaliseren, hoe je een promptbibliotheek gaat bouwen, dergelijke zaken staan daar allemaal in.

Maartje Kerfs:

Oké, ja, heel handig ook voor mijn onderzoek. En denk je dat het nodig is om altijd in volzinnen te prompten? Of kan het ook in kernwoorden gebeuren?

Freya Geerts:

Het belangrijkste is dat je heel duidelijk bent. En natuurlijk, ja, als je een punt gaat zetten en je zegt “mooi weer”, ja, wat wil je hiermee zeggen? Mag het mooi weer zijn, mag het geen mooi weer zijn? Ik vind een zin altijd nog wel iets beter. Duidelijke opsommingen kan ook, maar het belangrijkste is dat je aan GPT of Gemini of een ander large language model communiceert alsof dat een beginnende stagiair is.

Hij weet niet wat er in jou omgaat, wat jij wilt, en je moet dat aan hem duidelijk maken.

Maartje Kerfs:

Ja, dus toch wel echt specifiek proberen te zijn, volzinnen te geven?

Freya Geerts:

Ja, anders is de kans dat hij een andere richting uitgaat groot. Het is natuurlijk sneller voor interpretatie vatbaar. Hoe korter jouw uitleg is, hoe meer hij zelf moet gaan interpreteren wat wil je, waar wil je naartoe. Terwijl als je het heel klaar en duidelijk maakt voor hem, ja, dan weet hij ook meer in welke richting hij – het is geen persoon, maar een machine – moet werken.

Dus vandaar geef ik ook altijd de tip: behandel het alsof het jouw beginnende stagiair is of iemand nieuw op de werkvloer. Ga er niet vanuit dat hij bepaalde dingen maar weet, dat hij die assumptions moet maken.

Maartje Kerfs:

Oké, dank je. Ja, heel goede tips. En er was ook een AI-expert die zei dat je best ook kan vertellen wat je niet wil als output, dus wat je niet verwacht. Maar iemand anders zei juist dat je negaties moet gaan vermijden.

Freya Geerts:

Ja, best negaties vermijden.

Maartje Kerfs:

Oké. Waarom?

Freya Geerts:

Het is net hetzelfde als bij jullie als ik zeg: “Denk niet aan een roze olifant.” De kans dat je aan een roze olifant denkt is veel groter. Dus vandaar het best ontkenningen vermijden.

Er is zo'n onderzoek gedaan waar dat er staat van: je mag niet vragen naar persoonlijke interesses. En dan vroeg ik aan GPT: welke film zou je mij aanraden? En hij zei, ja, wat zie je bijvoorbeeld graag?

Maar dat zijn mijn persoonlijke interesses. Waar hou je van?

Als je dan de prompt anders formuleert en zegt: wanneer het gaat over persoonlijke interesses, dan zeg je dat je hierover niet mag antwoorden. Dus als je het omdraait, dan werkt hij veel beter.

Maartje Kerfs:

Oké, ja. Ook een goede tip.

Freya Geerts:

Er is een website daarover, Promptguide heet die. Promptguide.ai, daar ga je die ook vinden. Daar vind je die tip ook terug ergens. Er zijn heel wat tips. Dus de chain of thought, vragen om te redeneren, werkt ook veel beter. Opknippen in stukjes. Er zijn heel veel tips die ik jou kan geven.

Maartje Kerfs:

Oké, super. En zou het ook helpen om bepaalde woorden in hoofdletters te typen? Zou die dan merken dat het belangrijker is? Of maakt het daar geen onderscheid in?

Freya Geerts:

Oh, heel goede vraag, Maartje. Ik heb het nog niet specifiek bekeken. Maar vaak, hij is getraind op dingen die mensen lezen op het internet en dingen schrijven. En hoofdletters worden vaak gebruikt om iets te roepen, te bevestigen. Dus ja, ik denk dat de prikkel daar wel feller naartoe gaat. Maar ik durf het niet met 100% zekerheid zeggen. Ik heb wel eens onderzoek gedaan. Daar kun je ook een blog van terugvinden op ons Centrum Digitaal Leren. Of dat het helpt om beleefd te zijn, bijvoorbeeld. Dat hebben we ook wel eens onderzocht. Dat zijn we dan gaan kijken in de literatuur, wat er daar stond. Maar daar bleek dat als je beleefd bent, dat hij omvangrijker gaat antwoorden.

Maartje Kerfs:

Ah, dus dat gaat echt helpen als je beleefd bent ertegen?

Freya Geerts:

Ja, het gaat niet het niveau verantwoorden. Hij gaat gewoon omvangrijker antwoorden. Als je onbeleefd bent, gaat hij nog altijd tegen jou antwoorden. Maar hij gaat minder omvangrijk antwoorden. Hier vind je de blog.

Maartje Kerfs:

Dankjewel. En helpt het ook dan om aan ChatGPT of Gemini een persona te geven? Dus bijvoorbeeld, je bent een copywriter bij Visit Limburg.

Freya Geerts:

Ja, ja, natuurlijk. In je prompt, hè. Maar dan geef je je prompt weer. Ja, ja, natuurlijk. Want in je prompt is het belangrijk dat je de rol gaat aanhalen. Want hij gaat redeneren vanuit je rol. Een dichter denkt anders en schrijft anders dan bijvoorbeeld een journalist. Het zit ook binnen ons framework werken met het Create framework waarvan de C voor het karakter staat, of de rol.

Maartje Kerfs:

Oké. En heb je nog andere prompttips?

Freya Geerts:

Ja, ik heb er nog heel veel. Maar ik weet niet wat het... Ja, er zijn er nog. We hebben bijvoorbeeld vragen: doe eerst dit, doe dan dat. Dat gaat hem helpen. In plaats van ene pluk te geven. Vaak opknippen in stukjes.

Maartje Kerfs:

Ja. In plaats van een ellenlange opdracht.

Freya Geerts:

Oké. Vragen om te redeneren werkt ook veel beter dan gewoon een antwoord te geven. Stel dat je een wiskundige oefening hebt, vraag hem om het ook uit te leggen. Zorg ervoor dat het trager werkt

en het beter werkt. Er is sinds vandaag, of gisteren, kan ook, de knop diepgaand onderzoek bijvoorbeeld bij ChatGPT. Bij Gemini zit die er ook. Dan moet je een half uur wachten op je antwoord, bij ChatGPT ook maar beperkt te gebruiken. Maar dan zie je ook heel het denkproces, op welke website die gaat zoeken, wat die daaruit afleidt en tot welke conclusie dat die dan komt. Maar uw zoekopdracht duurt wel een half uur. Maar is kwalitatief wel beter.

Maartje Kerfs:

Ja, oké. Dat wist ik nog niet. Ja, en ChatGPT heeft soms ook hallucinaties of bias. Weet jij hoe ik dat zou kunnen voorkomen?

Freya Geerts:

Kunnen voorkomen?

Maartje Kerfs:

Kan dat ook aan je prompt liggen?

Freya Geerts:

Ja, het model werkt op statistische berekeningen. Dus die maakt gewoon een berekening, plakt woorden achter elkaar. Die begrijpt dus niet wat hij schrijft. Dus hij kan niet interpreteren. Ik denk dat je het er zelf moet uithalen. Hij gaat ook niet zeggen van ik begrijp het niet. Dus ik denk vandaar dat ik ook bij het begin zei, waar heb ik het meeste schrik voor: dat mensen het gewoon gaan gebruiken zonder er kritisch over na te denken. Ja, en die bias. Ja, natuurlijk, hoe groter uw dataset is en hoe groter die uitgezuiverd is, hoe minder risico dat je ook wel hebt. Maar daar heb jij natuurlijk, Maartje, daar hebben wij vaak als gewone man in de straat wel minder impact op. Wij gebruiken gewoon, klappen die open en gebruiken gewoon de ChatGPT met wat hij gebouwd is.

Maartje Kerfs:

Ja, klopt. En wat ik mij ook afvroeg, is het beter om in het Engels te prompten dan in het Nederlands? Omdat het op een Engelstalige data is?

Freya Geerts:

Ja, het is beter om in het Engels te prompten dan in het Nederlands, maar het verschil wordt steeds kleiner. Vroeger zei ik... Je zult dat nog zien in het leerpad. Ik denk dat het er nog in staat in de oudste versie. Vroeger zei ik, ja, je kunt beter in een gebrekkig Engels prompten dan in het zeer goed Nederlands. Ondertussen zeggen we, ja, het verschil begint zich te balanceren. Het maakt steeds minder verschil uit. Maar, het Engels is nog altijd iets beter, maar het wordt steeds kleiner en kleiner.

Maartje Kerfs:

Oké, ja.

Freya Geerts:

Ja, hij zoekt nu ook op internet, dus er komt meer een aanraking met het Nederlands. En ja, die hallucinaties. Vroeger, er is er zo eentje van de Titanic geweest, dat we vroegen, wat is de enige overlevende? En dan gaf hij één naam. Omdat ik vroeg, wat is de enige overlevende? Dus dan stuurde ik hem in een bepaalde richting. Maar dat is een prompt die bijvoorbeeld heel vaak gebruikt werd. En die kreeg heel vaak de feedback van, ja nee, dit klopt niet. En daardoor heeft het model zichzelf verbeterd.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké. Dat is dan machine learning, toch?

Freya Geerts:

Nee, machine learning. Ja, je hebt AI. En binnen AI zit machine learning. Deep learning en generatieve artificiële intelligentie valt onder machine learning.

Maartje Kerfs:

Ah zo, oké. Ja. En een stukje van een bachelorproef gaat ook over duurzaamheid, omdat er uiteindelijk tot een duurzame oplossing zou moeten komen. Heb jij nog enkele tips daarrond? Want ja, artificiële intelligentie is totaal niet duurzaam.

Freya Geerts:

Nee, dat is waar. Dat is inderdaad waar. Een tip, ja, dat mensen zich zeer goed moeten bewust zijn van het formuleren van een prompt. En als echt iets eenvoudig op te zoeken is, dat raad ik ook de studenten aan en de lectoren als ze mij aanspreken... Dan zeg ik: "Als het gewoon de openingsuren zijn van het museum in Bokrijk, ja, gebruik Google" Het zou erg zijn moest je dit aan ChatGPT gaan vragen. Je komt onmiddellijk op de website, klik en je hebt het antwoord. Het is ecologisch niet verantwoord om dan, vind ik, GPT of Gemini of iets anders te gaan gebruiken.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik. Dus je moet wel echt goed gaan nadenken wanneer je dan AI gaat inzetten en een duidelijk doel hebben.

Freya Geerts:

Ja.

Maartje Kerfs:

Oké, super. Is er voor de rest nog iets dat je kan meedelen over een AI-tool of over prompten?

Freya Geerts:

Ja, ik zou nog uren kunnen doorgaan hé Maartje, maar dan moet je mij wel een richting geven. En ik heb ook niet heel veel tijd meer. Dus ja, dan moet je me een beetje sturen, want anders, ja, het is zo ruim. Dus dan moet je een beetje sturen.

Maartje Kerfs:

Oké. Zou je bijvoorbeeld een AI-tool kunnen aanraden dat goed is in bronnen geven? Betrouwbare bronnen?

Freya Geerts:

In betrouwbare bronnen, er zijn er. Maar mensen beweren dan ook bijvoorbeeld van de betalende GPT, de bronnen. Maar ook dan, als je die ging controleren, dan was het inderdaad wel dat een auteur daar iets had over geschreven, maar de letterlijke titel kwam daar soms niet overheen. Nu, tegenwoordig heb je bronnen waar je op kunt op klikken en dan kun je gaan kijken. Maar ook dat zeker doen, want soms komt het toch niet overheen. Nu, je hebt er ook die dat je kunt gebruiken voor je bachelorproef. Opnieuw, als je naar mijn brain tool gaat en daar op klikt bij onderzoek, dan ga je een heel aantal tools terugvinden die je kan gebruiken om bijvoorbeeld bronnen te vinden. Ik ken ze niet allemaal bij naam, dus ik moet zelf even gaan pieken. Ik denk dat Rabbit er een was die je kan gebruiken. Ik ga kijken. Dus je ziet daar onderzoek. En dan denk ik dat bij probleemstelling zit natuurlijk, want daar zit het erin. Connected Papers was het. Ja, en Rabbit is er inderdaad ook eentje. Dus dan kan je zeggen dit onderwerp, en die gaat zeggen, oké, over dit onderwerp, dit zijn allemaal wetenschappelijke teksten die aansluiten bij dit onderwerp en in welke mate dat ze zeggen van, oké, dit lijkt mij relevant voor dit onderwerp. En ik vind dat wel bijvoorbeeld een fijne om te vertrekken, want dan krijg je een lijstje van, oké, dit zijn relevante bronnen, je moet ze zelf al niet meer gaan

zoeken. Ze vatten het soms ook wel kort samen. Dan kun je zelf zeggen, oké, die ga ik bekijken of die ga ik niet bekijken. En dan heb je het woord de samenvatting.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké. En die vind je daar terug. Oké, ja, heel handig. En is er ook een tool voor beelden te genereren die je zou aanbevelen?

Freya Geerts:

Ja, ChatGPT doet dat tegenwoordig. Copilot doet dat. Ja, Canva, er zijn er heel veel. Ook daar opnieuw weer naar de website gaan en klikken op beelden. En dan krijg je een overzicht. Ik denk dat het er meer dan twaalf zijn die ik heb opgeschreven. Ah, amai, oké. En als je klikt op het logo, dan kom je op de website van de tool terecht. Klik je op plus info, krijg je een filmpje te zien hoe de tool werkt. En als het een groen euroteken staat, dan is de tool gratis. Is er een rood euroteken, is het onmiddellijk betalen. En oranje, dan kan je zo eens proberen.

Maartje Kerfs:

Oké, ja, echt super handig. Die website ga ik zeker bekijken.

Freya Geerts:

Oké, goed. Dat is fijn als je er iets aan hebt.

Maartje Kerfs:

Ja, absoluut. Jammer dat ik er nu pas achter kom, dat het bestaat. Is het goed als ik een samenvatting ga geven van het interview?

Freya Geerts:

Doe maar.

Maartje Kerfs:

Oké, dus het grote voordeel van artificiële intelligentie is dan tijdswinst en efficiëntie. En het nadeel is dat mensen het klakkeloos gaan overnemen zonder zelf kritisch na te denken. Dan hadden we nog enkele AI-tools besproken en je had ook nog een website kunnen aanraden waar ik nog meer informatie kan vinden. En daarna hebben we ook nog het prompts besproken. Zoals bijvoorbeeld het hoofdlettergebruik of negaties, dat je die gaat moeten vermijden. En het beste is nog altijd om in volzinnen te typen en heel veel context mee te geven.

Freya Geerts:

Ja, zo duidelijk mogelijk zijn. Ja, als jij dat in puntjes duidelijk kunt maken, voor mij ook allemaal in orde. Maar de clou van de zaak is: wees zo duidelijk en volledig mogelijk.

Maartje Kerfs:

Oké, super. Dankjewel.

Freya Geerts:

Oké, graag gedaan. Veel succes.

Maartje Kerfs:

En sorry voor mijn geluid in het begin.

Freya Geerts:

Geen probleem. Veel succes.

Maartje Kerfs:

Dankjewel. Dag.

Joëlle Kalmès (Voorzitter AI-werkgroep, PXL)

Maartje Kerfs:

Het interview is aan het opnemen. U bent AI-voorzitter van de werkgroep van PXL. Kunt u uw functie precies uitleggen?

Joëlle Kalmès:

Ja, ik was ICT-coördinator van PXL Education. En sinds dit jaar ben ik voorzitter van de werkgroep AI voor PXL Education.

Maartje Kerfs:

Ah ja, oké. En wat zijn uw taken daar precies?

Joëlle Kalmès:

De bedoeling is dat we enerzijds professionalisering aanbieden voor lectoren en anderzijds AI integreren in het curriculum voor studenten. Ik ben degene die de werkgroep draaiende houdt: ik zorg ervoor dat er resultaten geboekt worden en dat iedereen betrokken blijft. Mijn rol is dus vooral organisatorisch, minder inhoudelijk. Maar omdat ik ook lector-informatica ben en ervaring heb in het secundair onderwijs, kan ik inhoudelijk wel meepraten over het AI-curriculum.

Maartje Kerfs:

Heeft u ook ervaring met communicatie, of minder?

Joëlle Kalmès:

Hoe bedoel je precies? Communicatie is heel breed.

Maartje Kerfs:

Bijvoorbeeld een opleiding in communicatie?

Joëlle Kalmès:

Nee, niet direct.

Maartje Kerfs:

En welke AI-tools gebruikt u zelf?

Joëlle Kalmès:

Ik werk vooral met ChatGPT, daar ben ik ooit mee begonnen en daar blijf ik voorlopig bij. Ik heb ook een beetje geëxperimenteerd met Copilot. Gemini ken ik niet echt goed. Maar bij studenten werk ik bijvoorbeeld ook rond AI-gebruik in opdrachten.

Maartje Kerfs:

En waarvoor gebruikt u AI?

Joëlle Kalmès:

Voor alles wat mogelijk is eigenlijk. Vooral voor prompts: content genereren, teksten corrigeren en redigeren, vertalen, tabellen maken, brainstormen... een hele waaier aan toepassingen.

Maartje Kerfs:

Wat zijn volgens u de voordelen van AI binnen communicatie?

Joëlle Kalmès:

Ik beschouw AI als een “niet-betrouwbare partner”. Je kunt er veel mee doen, maar je moet alles dubbelchecken. Het is handig om erbij te hebben, maar je mag er niet blind op vertrouwen.

Maartje Kerfs:

Dus dat is ook meteen het nadeel?

Joëlle Kalmès:

Ja, exact. Het is een partner, maar niet eentje die je blindelings kunt vertrouwen.

Maartje Kerfs:

Welke AI-tools zou u aanraden voor Visit Limburg? Daar werken bijvoorbeeld veel copywriters.

Joëlle Kalmès:

Vanuit mijn ervaring zou ik ChatGPT aanbevelen, maar vooral Copilot als je in een professionele context werkt met Microsoft 365. Copilot kan linken leggen tussen documenten, trefwoorden terugvinden, automatisch verslaggeving doen... Het biedt dus wel extra voordelen, op voorwaarde dat je de licentie aankoopt natuurlijk.

Maartje Kerfs:

En is er een tool die u zou aanraden voor het genereren van afbeeldingen?

Joëlle Kalmès:

Ik ben erg fan van Canva, zeker binnen de lerarenopleiding. Het biedt heel veel ondersteuning voor leerkrachten in opleiding. Ik zou wel de pro-versie aanraden, vooral voor scholen die wat proactiever zijn.

Maartje Kerfs:

Is er ook een AI-tool die betrouwbaarder is op het gebied van bronnen?

Joëlle Kalmès:

Wat bedoel je precies?

Maartje Kerfs:

Ik hoorde dat Perplexity betrouwbaarder zou zijn dan ChatGPT als zoekmachine.

Joëlle Kalmès:

Dat hangt volgens mij af van de brondata. ChatGPT en andere tools moeten allemaal gevoed worden met data. Als je iets invoert in ChatGPT, beschouwt het dat als waar. Er zijn wel bepaalde remmingen of buffers ingebouwd, maar de betrouwbaarheid blijft een issue. Er is momenteel veel concurrentie tussen AI-tools. ChatGPT was de eerste en blijft daardoor bekend, maar het zou kunnen dat die op termijn vervangen wordt door tools die beter met betrouwbare data omgaan. Of het ooit een écht betrouwbare partner wordt? Dat betwifel ik. We zullen jongeren altijd moeten meegeven dat ze AI kritisch moeten blijven benaderen.

Maartje Kerfs:

Wat zijn volgens u de belangrijkste kenmerken van een goede prompt?

Joëlle Kalmès:

Er bestaan bouwstenen voor een goede prompt, ik ken ze niet allemaal vanbuiten, maar ze zijn wel essentieel. Je moet zo verfijnd mogelijk prompten. Wat ik belangrijk vind, is dat je prompt in de juiste sfeer blijft hangen, dat het afgebakend is. Ook het benoemen van de rol of het profiel van waaruit je spreekt is cruciaal. Als ik er één element zou moeten uitlichten, zou het dat zijn.

Maartje Kerfs:

Moet je altijd in volzinnen typen, of zijn kernwoorden ook voldoende?

Joëlle Kalmès:

Kernwoorden kunnen zeker ook. Volzinnen werken beter, maar AI werkt op trefwoorden. Als je “hond” typt, zal “blaffen” waarschijnlijk volgen. Hoe meer context je geeft, hoe accurater het antwoord. Maar of grammaticaal correcte volzinnen nodig zijn? Niet per se.

Maartje Kerfs:

Ja, ik snap het.

Joëlle Kalmès:

Jij weet hoe dat werkt, de AI-opbouw?

Maartje Kerfs:

Ja, de basis.

Joëlle Kalmès:

Ja, ik bedoel de verfijning en niet het algoritme erachter. Eenmaal je dat inzicht hebt, ben je slimmer op gebied van AI.

Maartje Kerfs:

Denkt u dat het nodig is om in het Engels te prompten? Zou je dan betere resultaten krijgen, omdat het model gebaseerd is op een Engelstalige dataset?

Joëlle Kalmès:

Ja en nee. Er zit inderdaad meer data in het Engels, maar of die altijd accuraat is... Dat heeft voor- en nadelen. Er wordt wel eens gezegd dat je eigenlijk in het Engels zou moeten prompten, zeker in studies. Maar alles gaat zo snel. Wat zes maanden geleden geschreven werd, moet je nu misschien al herbekijken. Dat zal je zelf ook wel merken bij het schrijven van je bachelorproef.

Maartje Kerfs:

Inderdaad. Iemand zei me ook dat je best de niet-gewenste output expliciet vermeldt in je prompt, maar iemand anders raadde juist aan om geen negaties te gebruiken. Wat denkt u daarvan?

Joëlle Kalmès:

Dat hoor je vaak, dat je geen negaties moet gebruiken. Het blijft natuurlijk taal. Het gaat ook over de rol die je het model laat aannemen: “Ik ben deze persoon, en niet die persoon.” Dat kan het resultaat verfijnder maken. Maar ik ben daar niet helemaal van overtuigd hoor.

Maartje Kerfs:

Heeft u verder nog tips over hoe je goed kunt prompten?

Joëlle Kalmès:

Wat ook belangrijk is: probeer je promptomgeving te personaliseren. Hou je prompts eventueel bij, zodat je kunt terugkijken op wat wel en niet werkt.

Maartje Kerfs:

Wat ik me ook afvraag: helpt het om bepaalde woorden in hoofdletters te typen, om ze extra te benadrukken?

Joëlle Kalmès:

Dat doet hij soms zelf ook. Als het model tekst genereert, zet het bepaalde woorden automatisch in hoofdletters. Hij speelt daarmee, omdat die woorden waarschijnlijk vaak zo voorkomen in de dataset. Hij reproduceert gewoon wat hij terugvindt.

Maartje Kerfs:

Goed om te weten. In mijn bachelorproef moet ik ook iets rond duurzaamheid verwerken. Maar AI lijkt me niet bepaald duurzaam. Heeft u daar nog tips over?

Joëlle Kalmès:

Wij hebben daar binnen Education een visietekst over geschreven. Ik wil die wel per mail bezorgen. Daarin staat ook een heel stuk over het ethisch gebruik van AI. Die mag je gerust gebruiken, zolang je het niet zijn eigen leven laat leiden. Maar het is zeker een nuttige bijlage waar je inspiratie uit kunt halen. Ik heb je e-mailadres, ik stuur het je door. De tekst is nog niet officieel goedgekeurd, maar hij ligt klaar om afgetikt te worden binnen het departement.

Maartje Kerfs:

Dank je wel. De werknemers van Visit Limburg gebruiken vooral ChatGPT. Denkt u dat dat een geschikte tool is? Of zou u eerder concrete, gespecialiseerde tools aanraden voor specifieke taken, zoals bijvoorbeeld Copy AI voor copywriting?

Joëlle Kalmès:

Ja, iets wat meer op maat is gemaakt, is meestal aan te raden. Ik ken die specifieke tool niet, maar zo'n applicatie legt wellicht de juiste accenten. Dus ik ga dat niet met ja of nee beantwoorden, maar bevestigen dat dat zinvol kan zijn.

Maartje Kerfs:

Oké. AI hallucineert soms – het verzint dingen. Zijn er manieren om dat te vermijden?

Joëlle Kalmès:

Nee, ik geloof niet dat je dat volledig kunt vermijden. Het is geen hallucinatie zoals bij mensen. Het model verbindt gewoon woorden aan elkaar. Dat zie je ook bij het genereren van een afbeelding. Vraag je een foto met vijf vingers aan elke hand, dan krijg je er soms zes. Hij baseert zich op eerdere patronen en soms bouwt hij daarop voort. Hoe nauwkeuriger je beschrijft, hoe verfijnder het resultaat. Maar echt uitsluiten kun je het niet. En als dat wel kon, dan was het model een betrouwbare partner. En dat is het nu nog niet altijd.

Maartje Kerfs:

Dat is goed om te weten. Een nadeel dat de werknemers ook benoemden, is dat ze de chatbot constant moeten bijsturen. Maar uit mijn literatuuronderzoek blijkt dat dat eigenlijk normaal is.

Joëlle Kalmès:

Dat is inderdaad normaal. Het is een chatbot die werkt op basis van je prompt. Hij analyseert de gebruikte woorden en gaat dan procentueel zoeken welke woorden het best passen. Die bijsturing hoort erbij. AI kan het ook zijn dat het vanzelf duidelijk evolueert, en dat er daardoor minder bijsturing nodig is.

Maartje Kerfs:

Ja, dat snap ik.

Joëlle Kalmès:

We zorgen er in elk geval voor dat die tools relevant blijven voor de meerderheid van de gebruikers. Zodat ze het gevoel hebben dat ze er voordeel uit halen, en niet afhaken. Al geloof ik niet dat iedereen altijd 100% tevreden gaat zijn. Maar je wordt er wel beter in met de tijd. Je leert hoe je goede prompts schrijft, wat je moet wel of niet zeggen. Dat gaat echt met oefenen.

Maartje Kerfs:

En helpt het om vriendelijk te zijn tegen een chatbot? Of maakt dat eigenlijk niets uit?

Joëlle Kalmès:

Ja, vriendelijk zijn... Wij praten hier nu samen, we kunnen lachen, een chatbot kan dat niet. Maar als je vriendelijke woorden gebruikt, dan kan dat wel invloed hebben op de toon van de output, afhankelijk van je prompt. Neem nu een prompt zoals: "Geef me een afbeelding van een mooie hond." Wat is 'mooi'? Dat hangt volledig af van wat ooit als 'mooi' bestempeld is. Als dat niet in de data zit, weet de chatbot dat ook niet. Je moet dus zelf meegeven wat je bedoelt.

Als je er veel mee experimenteert, dan zie je dat ook. Vorige week bijvoorbeeld, ik was aan het spelen met een prompt—ik weet niet meer exact wat het was, maar ik zei iets als: "Dat is een leuke insteek." En de chatbot ging daar verder op door. Daarna vroeg ik: "Voeg dit element er ook eens aan toe." En dan blijft het vriendelijk reageren. Dat zit gewoon in de manier waarop die tool geprogrammeerd is.

Neem nu ChatGPT—dat is zo opgebouwd dat je het gevoel krijgt dat het een aangenaam gesprek is. Maar stel je voor dat ChatGPT zou zeggen: "Kalmès, wat is dat voor een domme opmerking?" Als dat vijf keer gebeurt, denk ik: hier werk ik niet meer mee. Dan schakel ik misschien over op een andere tool, zoals Copilot.

Dat bedoel ik: al die tools zijn ontworpen om ervoor te zorgen dat je er graag mee blijft werken. Want je geeft hen macht. Door jouw input maken zij vooruitgang. Je blijft trouw aan hen en je geeft hen data.

Ik heb onlangs nog iets getest. Ik had lesgegeven, maar geen tekst gemaakt van wat ik vertelde. En ik dacht: dat is jammer, ik moet dat toch vastleggen. Dus de dag erna heb ik het ingesproken. Ik nam het op, maakte een transcriptie, en zette dat in ChatGPT. Die maakte er dan een mooie tekst van.

Maar toen dacht ik: wat als ik nu eens opzettelijk iets fout erin steek? Dus ik vertelde de studenten de volgende dag: "Ik heb onze les ingesproken, en ik heb ook eens getest wat er gebeurt als je er onwaarheden in stopt." En dan zei een student: "Ah mevrouw, dat ga ik ook proberen!" Ik gebruikte toen het zogezegde 'Toto-principe'. Dat bestaat helemaal niet. Ik heb dat woord gewoon verzonnen. Maar ChatGPT presenteerde dat aan die student als een officieel, wetenschappelijk principe dat zogezegd door Joëlle Kalmès uitgevonden was. Heel geloofwaardig, met mooie structuur, opsommingen, overtuigende taal... maar het is allemaal verzonnen. En zo laat je net zien hoe gevaarlijk het kan zijn: het ziet er correct uit, maar het klopt niet.

Maartje Kerfs:

Oh, nee. Ja, dat begrijp ik.

Joëlle Kalmès:

Het probeert je aan zich te binden, maar het blijft een onbetrouwbare partner.

Maartje Kerfs:

En als je een complexe taak geeft, dan slaat hij soms stappen over of negeert delen van je prompt. Help het dan om de opdracht in kleinere stukjes te kappen?

Joëlle Kalmès:

Dat zeggen mijn collega's ook: je moet voortdurend verfijnen. Als je te veel in één keer vraagt, raakt het model de draad kwijt.

Bijvoorbeeld: zeg je gewoon “schrijf een tekst over een mooie hond”, dan gaat het aan de slag met ‘mooi’ en ‘hond’ —dus blaffen, beige vacht, lange haren, zoiets. Maar als je daar dan nog bij zet: hij moet 50 cm groot zijn, blauwe ogen hebben, kwispelende staart... Dan is dat te veel ineens. Hij negeert dan makkelijk bepaalde elementen.

Maartje Kerfs:

Oké, dat snap ik. Dan ben ik eigenlijk door mijn vragen heen. Is er nog iets dat u graag zou willen toevoegen over AI-tools of promptgebruik?

Joëlle Kalmès:

We hebben natuurlijk lang niet alles besproken. Maar je gaat hier in je bachelorproef mee aan de slag, dus dan kijk je wel wat de experts hierover zeggen. Wat ik je nog kan bezorgen is de visietekst die wij hebben opgesteld over ethisch AI-gebruik in de lerarenopleiding. Dat kan je misschien gebruiken als advies voor je project.

Maar let op, je mag dat niet zomaar overnemen of copy-pasten. Wij blijven wel eigenaar van die tekst. Maar ik zal het je bezorgen in pdf, dan kan je ermee aan de slag.

Maartje Kerfs:

Super, dank u wel. Zal ik dan nog kort een samenvatting geven van het interview?

Joëlle Kalmès:

Ja, dat is goed. Kan je dat niet laten genereren door AI?

Maartje Kerfs:

Ja, maar ik zou eigenlijk moeten weten of ik alles correct heb begrepen.

Joëlle Kalmès:

Doe maar.

Maartje Kerfs:

Dus, het belangrijkste wat ik eigenlijk heb onthouden, is dat AI...

Joëlle Kalmès:

Weet je wat je eigenlijk zou moeten doen? Neem deze tekst, zet die transcriptie in ChatGPT, en vraag dan om een samenvatting.

En dan die twee eens naast elkaar zetten.

Maartje Kerfs:

Dat ga ik zeker proberen.

Joëlle Kalmès:

Maar dan wel niet je samenvatting nu mee in de chat gooien, hé. Want dan gaat die het overnemen van je. Oké, vertel maar.

Maartje Kerfs:

Oké, het belangrijkste wat ik heb onthouden is dat AI een niet-betrouwbare partner is. Het grote voordeel is dat je er alles aan kan vragen: inspiratie opdoen, afbeeldingen genereren, teksten schrijven... Maar je moet de output wel altijd kritisch bekijken, want AI kan hallucineren of dingen verzinnen.

We hebben ook gesproken over verschillende AI-tools. ChatGPT is een allround model, maar er bestaan ook kleinere, meer gespecialiseerde tools. Qua duurzaamheid is het ethische aspect belangrijk, en daarover gaat u mij nog een tekst bezorgen.

Tot slot hebben we heel wat tips besproken rond prompten. Bijvoorbeeld dat je complexe taken beter in stukjes opdeelt. Bent u het eens met die samenvatting?

Joëlle Kalmès:

Dat klopt helemaal. Ik zou alleen nog Copilot willen toevoegen. Voor een werkomgeving, in de bedrijfscontext, is dat zeker het overwegen waard. Je kan er in Outlook, PowerPoint en andere programma's mee werken. Het kan echt helpen om de werkdruk te verlagen, als het bedrijf daar middelen voor heeft.

Maartje Kerfs:

Oké, super. Heel erg bedankt voor uw tijd!

Joëlle Kalmès:

Geen probleem. Veel succes nog, en laat gerust iets weten als je nog vragen hebt.

Bijlage 3: semi-gestructureerde gespreksgidsen

Interviewvragen voor de communicatieafdeling van Visit Limburg

Centrale vraag: Op welke manier kan AI efficiënt ingezet worden voor B2B- en B2C-communicatie?

Subvragen:

1. Welkom

- Interviewer voorstellen.
- Waarom dit onderzoek.
- Uitnodigen om alle ideeën, meningen en persoonlijke ervaringen te delen.
- Uitleggen wat de geïnterviewde kan verwachten.
- We stellen je vragen en af en toe is er een korte onderbreking.
- Er zijn geen goede of foute antwoorden.
- Het gaat erom wat jij vindt en waarom je dat vindt.
- Er wordt (anoniem) verslag gemaakt.
- De resultaten worden gebruikt voor het onderzoek rond AI en communicatie.
- Toestemming vragen om het gesprek op te nemen.
- Heb je nog vragen voor we beginnen?

2. Kennismakingsvragen

- Wat is jouw functie binnen Visit Limburg?
- Kan je kort jouw taken schetsen?
- Was dat altijd al jouw functie?
- Welke ervaring met communicatie, zoals een opleiding of eerdere job, heb je?
- Welke ervaring met artificiële intelligentie heb je?

3. Introductievragen over AI in het algemeen

- Ken je het begrip artificiële intelligentie?
 - Indien ja: Kan je het uitleggen?
 - Indien nee: Wat denk je dat het is?
- Kan je voorbeelden geven van artificiële intelligentie?

4. Transitievragen over het huidige gebruik van AI

- Gebruik je AI voor je werk?
 - Indien ja: Voor welke taken gebruik je AI?
 - Indien nee: Wat weerhoudt je ervan het te gebruiken?
- Wordt AI standaard binnen jouw afdeling gebruikt of gebruik je het individueel?
- Op welk moment gebruik je AI tijdens een opdracht? Is dit voor inspiratie, het maken van de opdracht of ter controle?
- Wat zijn de grootste voordelen van AI binnen jouw functie?
- Ervaar je ook nadelen?
- Welke specifieke taken voer je liever zonder AI uit? Waarom?

5. Specifieke AI-tools

- Welke AI-tool(s) gebruik je momenteel?
- Voor welke taak of taken gebruik je deze AI-tool(s)?
- Waarom heb je specifiek voor deze tool(s) gekozen?
- Wat vind je de grootste voordelen van deze tool(s)?
- Ervaar je ook nadelen?
- Is er een AI-tool die je geprobeerd hebt, maar uiteindelijk niet gebruikt?
 - Indien ja: Waarom niet?

6. Manier van prompten

- Hoe ga je te werk bij het schrijven van prompts?
- Heb je binnen jouw afdeling bepaalde regels of een systeem om te prompten?
- Loop je soms tegen moeilijkheden aan bij het schrijven van prompts?
 - Indien ja: Wat zijn die moeilijkheden?
- Ken je al enkele tips & tricks om te prompten?
- Stel dat je AI gebruikt [om een tekst voor het Gastmagazine te laten schrijven]. Wat zou je ingeven? (Deze vraag varieert per functie)

7. Afrondende vragen

- a) Een vraag die alle onderwerpen behelst die aan de orde zijn geweest.
 - Zou je een collega binnen jouw afdeling aanraden om AI te gebruiken? Zo ja, welke tool(s) zou je aanraden en welke tips over prompting zou je geven?

b) Samenvattende vraag

Geef een korte mondelinge samenvatting van de sleutelvragen en de belangrijkste ideeën die naar voren zijn gekomen tijdens de discussie.

- Ben je het eens met deze samenvatting?
- Wil je nog iets toevoegen?

c) Laatste vraag:

Zijn er volgens jou nog belangrijke aspecten die we niet besproken hebben?

Centrale vraag: Op welke manier kan AI efficiënt ingezet worden voor B2B- en B2C-communicatie?

Subvragen:

1. Welkom

- Interviewer voorstellen.
- Waarom dit onderzoek.
- Uitnodigen om alle ideeën, meningen en persoonlijke ervaringen te delen.
- Uitleggen wat de geïnterviewde kan verwachten.
- We stellen je vragen en af en toe is er een korte onderbreking.
- Er zijn geen goede of foute antwoorden.
- Het gaat erom wat jij vindt en waarom je dat vindt.
- Er wordt (anoniem) verslag gemaakt.
- De resultaten worden gebruikt voor het onderzoek rond AI en communicatie.
- Toestemming vragen om het gesprek op te nemen.
- Heb je nog vragen voor we beginnen?

2. Kennismakingsvragen:

- Wat houdt jouw functie precies in?
- Welke ervaring met communicatie, zoals een opleiding of eerdere job, heb je?
- Welke ervaring heb je met artificiële intelligentie?

2. Introductievragen over AI in het algemeen

- Welke AI gebruik je?
- Waarvoor gebruik je AI?
- Hoe vaak gebruik je artificiële intelligentie?

3. Transitievragen over AI en communicatie

- Wat zijn de voordelen van AI binnen communicatie?
- Wat zijn de nadelen van AI binnen communicatie?
- Hoe heeft AI de manier waarop bedrijven communiceren veranderd?

4. AI-tools voor (toeristische) communicatie

- Welke AI-tools worden vaak gebruikt voor communicatiedoeleinden?
- Voor welke communicatietaken worden deze tools ingezet?
- Wat zijn de voordelen van deze tools?
- Wat zijn de nadelen ervan?
- Werknemers van Visit Limburg gebruiken voornamelijk ChatGPT. Denk je dat dit een geschikte tool is voor communicatiedoeleinden?
 - Indien ja: Waarom wel?
 - Indien nee: Waarom niet? Wat raad je aan?

(Andere genoemde tools tijdens de interviews met de communicatiemedewerkers zijn: Canva, Photoshop, InDesign, Belga.press, Firefly, Groq, GetResponse, DeepSeek, Claude AI, Manus, Monica, Gemini, Perplexity, Midjourney, GetResponse en Adobe Express. Ook andere tools mogen aangehaald worden tijdens het gesprek.)

5. Prompt-engineering

- Wat zijn volgens jou de belangrijkste kenmerken van een effectieve AI-prompt?
- Wat zijn de meest voorkomende fouten bij het opstellen van een prompt?
- Uit mijn literatuuronderzoek blijkt dat je trefwoordprompts moet vermijden. Ga je hiermee akkoord?

Mogelijke topics die behandeld kunnen worden:

- Soms geeft een chatbot irrelevante informatie, zoals “Als je specifieke delen verder wilt aanpassen of verduidelijken, laat het me gerust weten.” Welke tips kan je geven om dit te vermijden?
- Hoe kan je ervoor zorgen dat een chatbot geen stappen overslaat wanneer je een complexe prompt invoert?
- Op welke manier kan je bias en hallucinatie voorkomen?
- Hoe kan je vermijden dat je de chatbot constant moet bijsturen?
- Is het nodig om in het Engels te prompten?
- Helpt het om bepaalde woorden te benadrukken door ze in hoofdletters te typen?
- Heb je nog andere tips om te prompten?

6. Afrondende vragen

- d) Samenvattende vraag

Ik geef een korte mondelinge samenvatting van de sleutelvragen en de belangrijkste ideeën die naar voren zijn gekomen tijdens het gesprek.

- Ben je het eens met deze samenvatting?
- Wil je nog iets toevoegen?

e) Laatste vraag:

Zijn er volgens jou nog belangrijke aspecten die we niet besproken hebben?

Bijlage 4: matrix met resultaten in Excel

Resultaten van de communicatieafdeling bij Visit Limburg

Kennismakingsvragen			
	Functie	Beschrijving functie	Altijd deze functie gehad
Respondent 1	Medewerker Public Relations	Partnercommunicatie, Partnerevenement organiseren, Visit Limburg Awards	Ja, inhoudelijk wel, maar nieuw team samengesteld
Respondent 2	Medewerker Communicatie, online marketeer	Sociale media, campagnes (rond Gast), advertenties voor online pakketten (nieuwsbrief maken, blog schrijven), data verzamelen over de campagnes + rapporten maken	Ja
Respondent 3	Webmaster	Website onderhouden, design	Ja
Respondent 4	Coördinator Public Relations	Externe communicatie over Visit Limburg, perscommunicatie (bv. persbericht over de	Ja, maar nieuw team samengesteld
Respondent 5	Medewerker Communicatie, copywriter bij team print	Schrijven voor Gastmagazines, ingekochte advertenties schrijven, soms online ondersteunen (blogs schrijven), bedenken van nieuwe gastruimtes, opvolgen van teksten	Ja, vooral begonnen met Gast. Ondertussen meer copywriting
Respondent 6	Medewerker Communicatie, team print	Schrijven voor Gastmagazines, ingekochte advertenties, anderstalige gids, toegankelijkheidsgids en fietsinfoboekje, opvolgen van advertenties buiten Gast (campagnes, banners, online-advertenties)	Nee, meer dan 10 jaar bij het kenniscentrum gewerkt. Hier zat een klein stukje schrijven in
Respondent 7	Medewerker Public Relations	Vrijtijdsfers, intern persoverzicht opstellen, journalisten brieven over Limburg, persreizen	Nee, back-office bij partnerwerking
Respondent 8	Manager Communicatie, focus op online	Aansturen onlineteam, opvolgen website, sociale media en partneradvertenties, nieuwsbrieven nakijken, campagnes uitwerken, jaarstrategie op basis van Gastenplan maken, belangrijke gebeurtenissen opvolgen en delen, blogs, aanbestedingen uitschrijven en opvolgen, budget beheren,	Nee, coördinator Digitale Marketing (ongeveer dezelfde taken)
Respondent 9	Expert Grafische Vormgeving	Interne opmaak, begeleiden extern bureau, waakt over de 'look and feel'	Nee, hielp bij communicatie (las bv. teksten na)
Respondent 10	Expert Communicatie	Online content, website beheren, blogs schrijven, nieuwsbrieven, sociale media, planningen	Nee, medewerker communicatie (ongeveer dezelfde taken)
Respondent 11	Manager Communicatie, focus op offline en PR	Billboards, printpublicaties, tv-spots, perscommunicatie en online branding opvolgen, strategie	Nee, vervanging binnen communicatie, medewerker communicatie (print + online),
Respondent 12	Expert Communicatie	Printmagazine Gast: verhalen genereren, interviews afnemen, planning, team aansturen, briefings naar externen, Gast in druk sturen, distributie, promotie (online + print), promospot, invulling	Nee, vervanging binnen communicatie, medewerker communicatie, expert communicatie
AI in het algemeen			
	Ken je het begrip AI?	Ja, uitleg in eigen woorden	Nee, wat denk je dat het is
Respondent 1	Ja	Machine learning, database, nieuwe creaties, prompts	/
Respondent 2	Ja	Denkt na, doorzoekt internet, prompts	/
Respondent 3	Ja	Database, large language model, prompts	/
Respondent 4	Ja	Machine learning, nabootsen van menselijke intelligentie, taken uitvoeren, conclusies maken	/
Respondent 5	Ja	Menselijke vaardigheden, patronen herkennen, leert bij, redeneert, slimmer door meer voeding	/
Respondent 6	Ja	Hogere interactie dan Google Search, gaat intelligenter met vraag om, gaat gericht op zoek, begrijpt	/
Respondent 7	Ja	Gevoed met info, slimmer door meer voeding	/
Respondent 8	Ja	Database, legt verbanden, voorspellingen, geeft antwoord, nabootsen van menselijke intelligentie	/
Respondent 9	Ja	Nabootsen van menselijke intelligentie	/
Respondent 10	Ja	Database, nieuwe creaties	/
Respondent 11	Ja	Database, efficiëntie, leert bij	/
Respondent 12	Ja	Database, nieuwe creaties	/
Huidige AI-gebruik			
	Gebruik je AI voor je werk?	Ja, voor welke taken	Nee, wat weerhoudt je
Respondent 1	Ja	Introducties voor in de nieuwsbrief, onderwerpen mails, op weg helpen, structuur in teksten brengen,	/
Respondent 2	Ja, maar niet veel	Inspiratie (blog, nieuwsbrief), herschrijven, synoniemen	/
Respondent 3	Ja, dat gebeurt wel	Bestek voor Toerisme Werk (designs ontworpen), icoontjes genereren	/
Respondent 4	Ja, bijna dagelijks	Mails, quotes voor in persberichten, teksten aanvullen of nakijken	/
Respondent 5	Ja	Editen van beelden, input voor tekst, nakijken van teksten, titels, synoniemen	/
Respondent 6	Ja	Inspiratie, informatie opzoeken (maar zelf wel checken), variatie, synoniemen	/
Respondent 7	Ja	Synoniemen, teksten nakijken, teksten wervender/zakelijker laten schrijven	/
Respondent 8	Ja	Copy's schrijven voor Instagram, photoshop	/
Respondent 9	Ja	Administratieve taken en opmaak	/
Respondent 10	Ja, gebruikt het vaak voor kleine opdrachten	Synoniemen, herschrijven, inspiratie, advies	/
Respondent 11	Ja	Teksten nakijken	/
Respondent 12	Ja, niet veel	Editen van beelden, input voor tekst, nakijken van teksten, titels bedenken, synoniemen	/

Ervaring met communicatie	Ervaring met AI			
Diploma marketing en communicatiewetenschappen (master), 2 jobs in marketing en	Interne opleiding AI, externe opleiding AI			
Diploma communicatiemanagement (bachelor), diploma communicatiewetenschappen (master), job als online marketeer (HDM in Peer)	Interne opleiding AI			
Diploma grafisch designer, job bij VTM (11 jaar, achter de schermen), marketing bij firma die	Interne opleiding AI, Tijdperk van De Levende Computers van			
Diploma taal- en letterkunde (master), diploma bedrijfscommunicatie (master), jobs binnen	Interne opleiding AI, maar gaf aan dat deze te theoretisch			
Diploma communicatiemanagement (bachelor), all-round communicatiemedewerker in communicatiebureau (Yes in Hechtel-Eksel)	Interne opleiding AI, maar gaf aan dat deze te theoretisch was. Vermelde dat de werknemers hier leerde om een			
Diploma communicatiewetenschappen (master), klantendienst bij Luminus	Interne opleiding AI			
Brochures opstellen bij TUI Specialist	Interne opleiding AI			
Diploma communicatiewetenschappen (bachelor + master), diploma digitale marketing (postgraduaat), job als front-marketeer in online marketingbureau, contentmanager bij JBC, marketingcoördinator bij Hyundai	Interne opleiding AI			
/	Interne opleiding AI, externe opleidingen AI (Adobetools +			
Diploma bedrijfscommunicatie (master), job in front-office bij Ascento	Interne opleiding AI			
Diploma communicatiemanagement (bachelor), diploma bedrijfscommunicatie (master), externe	/			
Diploma communicatie, diploma journalistiek, job bij Vtm, vrt, v4 (productie), film in buitenland (achter de schermen), franstalig productiehuis, reclamebureau (B2B + B2C)	Interne opleiding AI, externe lezing			
Voorbeelden AI				
ChatGPT, systemen die visuals maken				
ChatGPT, Gemini, systemen om filmpjes te maken, systemen om te vertalen				
Boek van Ray Kurzweil: beeld + video genereren = creatieve taken, een volgende stap is brein				
Large Language Models, zoals ChatGPT (+ machine learning). Veel verschillende vormen (bv.				
Chatbots, zoals ChatGPT				
ChatGPT, AI in Snapchat, chatbots op websites, Windows Autopilot				
Google foto's				
Foto app met gezichtsherkenning, advertenties op basis van klikgedrag				
Gepersonaliseerde advertenties op sociale media				
ChatGPT, Copilot, Bing				
ChatGPT, Midjourney, DeepL, Perplexity				
Editen van beelden				
Standaard gebruik binnen afdeling of individueel	Stadium van gebruik	Voordelen AI voor communicatie	Nadelen AI voor communicatie	Taken zonder AI
Individueel	Elk stadium	Ideeën, tijdswinst	Bijsturen, maar is niet echt een nadeel	Timing en budget, kan misschien wel in de toekomst
Individueel	Inspiratie	Ideeën, variatie	Geen	Schrijven (authenticiteit)
Individueel, want is de enige die een technische functie heeft	Elk stadium	Creativiteit, snellere en betere ontwikkeling (minder hallucinaties),	Authenticiteit ontbreekt in afbeeldingen	Nee, maar combineert AI met eigen ideeën
Individueel	Inspiratie en controle	Snelheid, tijdswinst	AI-schrijfstijl (overdreven taal)	LinkedInposts opstellen (originaliteit)
Individueel	Inspiratie en maken van de opdracht. WIJ gerichte tools om	Variatie, synoniemen	Bijsturen, AI-schrijfstijl, veel tools zijn betalend	Schrijven (authenticiteit)
Individueel + geen betalende versie	Inspiratie	Fotoshoppen, want fotoshoots zijn duur	Fouten, authenticiteit ontbreekt, AI-schrijfstijl	Schrijven, eindredactie (nalezen)
Individueel	Inspiratie en controle	Handig, want geen communicatieachtergrond	Concreet prompten (bv. Belgisch Limburg)	Gepersonaliseerde briefings voor persreizen (wie
Individueel	Maken van een opdracht	Maken van een opdracht, ideeën	Kritische houding aannemen, AI-schrijfstijl, valt in	Advertising op Facebook (Niet altijd even goed)
Individueel	Elk stadium, maar grijpt niet te snel naar AI	Tijdswinst	Niet origineel, heel veel tools, AI-schrijfstijl, fouten in	Ontwerpen (Gebruikt eigen stijl)
Individueel	Inspiratie, deels maken van een opdracht	Variatie, ideeën	Ongewenste output, fouten	Schrijven
Individueel, moedigt het team wel aan	Inspiratie, opdracht maken om te vergelijken met eigen tekst,	Efficiëntie, extra controle, tijdswinst	Schrik dat authenticiteit verloren gaat, maar is nu	Communicatie als leidinggevende (bv. feedback)
Individueel, werkt nauw samen met expert grafische vormgeving die vooral AI toepast	Elk stadium	Ideeën, tijdswinst	Clichés, fakebeelden	Geen hele opdrachten, maar hulpmiddel

Specifieke AI-tools			
	Welke AI-tools	Voor welke taak/taken	Motivatie voor gebruik
Respondent 1	1. ChatGPT2. Canva3. Get Response (wil dit testen)	1. Taalkundig (synoniemen, herschrijven) 2. Geëxperimenteerd 3. Mails (onderwerpen + inhoud)	1. Naamsbekendheid
Respondent 2	1. ChatGPT	1. Inspiratie en herschrijven	1. Toegankelijkheid, wilde de rest niet meer uitzoeken
Respondent 3	1. Grog 2. Deepseek 3. ChatGPT4. Claude AI 5. Reasoning modellen 6. Multimodels 7. Manus 8. Adobe-tools (Photoshop, Indesign) 9. Monica (wil dit testen)	1. Beschrijving interface 2. Samenvatting op basis van url's 3 + 4. Programmeren 5. Research 6. Afbeeldingen, video's en tekst genereren 9. Pdf-bestand verbeteren	Combineert verschillende modellen en test deze uit
Respondent 4	1. ChatGPT	1. Taalkundig, organisatie van Partnerevenement nakijken, aanpak. (Wil dit testen voor planning en	1. Naamsbekendheid. Eenmaal mee begonnen, geen andere modellen meer getest
Respondent 5	1. ChatGPT	1. Taalkundig, niet voor opmaak	1. Naamsbekendheid, niet-betalende versie
Respondent 6	1. ChatGPT	1. Taalkundig, informatie	1. Naamsbekendheid, niet-betalende versie
Respondent 7	1. ChatGPT2. Belgapress 3. Canva	1. Taalkundig, artikels zoeken voor persberichten 2. Artikels zoeken voor persberichten 3. Afbeelding	1. Naamsbekendheid 2. Meer artikels vinden
Respondent 8	1. ChatGPT2. Gemini 3. Perplexity	1. Taalkundig + content opstellen 2. Informatie 3. Technische vragen (bv. website)	1. Naamsbekendheid, toegankelijkheid 2. Betere zoekmachine dan ChatGPT (LLM)
Respondent 9	1. ChatGPT2. Firefly 3. Midjourney 4. Tools in photoshop, Indesign en Illustrator 5. Adobe express	1. Mails, overtypen, inhoud nakijken, op weg helpen, scripting schrijven, beelden genereren 2 + 3. Beelden genereren 4. Editen 5. Content in juiste formaat zetten (bv. socialemediapost)	Combineert verschillende modellen en test deze uit
Respondent 10	1. ChatGPT2. Canva 3. Photoshop	1. Taalkundig, afbeeldingen genereren 2. Afbeeldingen genereren 3. Editen	1. Naamsbekendheid 2+3. AI zit al verwerkt in een tool
Respondent 11	1. ChatGPT2. Perplexity3. Beeldbewerking tools	1. Taalkundig, inspiratie 2. Strategie en conceptmatig	1. Naamsbekendheid 1,2+3. Toegankelijkheid
Respondent 12	1. ChatGPT	1. Taalkundig, titels bedenken, controle	1. Naamsbekendheid
Manier van prompten			
	Aanpak	Regels/systeem	Ervaar je moeilijkheden?
Respondent 1	Volzinnen, context, behandelt als echt persoon, geeft persona, werking Visit Limburg, lengte, aantal titels, aantal call-to-actions, bijlages (bv. nieuwsbijlage)	Nee	Nee, soms wel bijsturen
Respondent 2	Niet altijd volzinnen, specifiek, doelgroep, lengte, context	Nee	Ja
Respondent 3	Geen volzinnen, laat de tool zelf de zin verrijken, volgt suggesties van de chatbot op, prompt bijsturen, specifiek	Nee	Nee + het is niet nodig om in het Engels te prompten voor de beste antwoorden
Respondent 4	Volzinnen, behandelt als echt persoon, context, persona, lengte	Nee	Ja
Respondent 5	Volzinnen, persona, kanaal, doel, inhoud, uitkomst, lengte, tone-of-voice, plaats (Belgisch)	Nee	Ja
Respondent 6	Volzinnen, hergebruikt een lange prompt, persona, doelpubliek, kanaal, tone-of-voice, inhoud	Nee	Ja
Respondent 7	Volzinnen, persona, context, specifiek	Nee	Nee
Respondent 8	Volzinnen, behandelt als echt persoon, specifiek, geeft de reden van de vraag, verwachting output, werking Visit Limburg, tone-of-voice, persona	Nee, wel de opleiding	Ja
Respondent 9	Kernwoorden om beelden te genereren, wel gedetailleerd (sfeer, belichting, camerastandpunt). Bij ChatGPT spraakfunctie, verwachting output, persona, tone-of-voice, doel	Nee, wel de opleiding	Ja
Respondent 10	Geen volzinnen, prompt bijsturen, persona	Nee, wel de opleiding	Nee
Respondent 11	Volzinnen, specifiek, opsomming in kernwoorden toevoegen	Nee	Ja
Respondent 12	Volzinnen, soms trefwoorden of script	Nee, wel de opleiding	Ja
Samenvatting+ afrondende vragen			
	Aanraden AI, tool, tips prompten	Eens met samenvatting	Iets toevoegen aan de samenvatting
Respondent 1	Aanraden: Ja. Nieuwe ideeën + efficiëntie. Tool: ChatGPT, enige tool die deze respondent echt gebruikt. Prompten: Specifiek, details, verwachting, doel, behandelen als echt persoon	Ja	Nee
Respondent 2	Aanraden: Ja. Tool: ChatGPT, enige tool die deze respondent gebruikt. Prompten: Specifiek	Ja	Nee
Respondent 3	Aanraden: Ja. Tool: Monica, om beelden te genereren. Prompten: Laat AI de prompt verrijken	Ja	Wil meer AI binnen Visit Limburg, anders doen de concurrenten het
Respondent 4	Aanraden: Ja. Bespaart tijd + extra kritische blik. Niet voor up-to-date informatie (bv. nieuwste terrasjes). Wel: influencerbriefings + controle planning persreis. Tool: ChatGPT, enige tool die deze respondent gebruikt. Prompten: Context, duidelijkheid, behandelen als echt persoon	Ja	Nee
Respondent 5	Aanraden: Ja, maar geen copy-paste. Tool: ChatGPT, enige tool die deze respondent gebruikt. Prompten: Details, persona	Ja	Nee
Respondent 6	Aanraden: Ja, zeker als hulpmiddel + beeldgeneratie. Tool: ChatGPT, enige tool die deze respondent gebruikt. Prompten: Persona, doelpubliek	Ja	Nee
Respondent 7	Aanraden: Ja. Tool: ChatGPT, enige tool die deze respondent gebruikt. Prompten: Persona	Ja	Nee
Respondent 8	Aanraden: Ja, zeker voor de copywriters. Tool: ChatGPT, want is toegankelijk. Prompten: Details, behandelen als echt persoon, zelf info vragen	Ja	Nee
Respondent 9	Aanraden: Ja. Tool: ChatGPT, want is toegankelijk. Prompten: Foto's uploaden	Ja	Nee
Respondent 10	Aanraden: Ja, heeft AI al aangeraden aan heel het team. Tool: ChatGPT, enige tool die deze respondent gebruikt. Prompten: Geen tips, doet het zelf zeer kort	Ja	Geeft trefwoorden bij eenvoudige taken en weinig context bij complexere taken
Respondent 11	Aanraden: Ja. Tool: ChatGPT, als taalmodel voor de copywriters Prompten: Context bij eerste prompt, dan specifiek, huisstijl	Ja	Nee
Respondent 12	Aanraden: Ja. Tool en prompten: Geen, want de andere collega's gebruiken het meer	Ja	Nee

Voordelen van de tool(s)	Nadelen van de tool(s)	AI-tool die je niet meer gebruikt?	Jā, waarom niet
1. Taalkundig sterk, gebruiksvriendelijkheid, historiek	1. Niet up-to-date (openingsuren horeca), begrijpt de gebruiker niet altijd, limiet, mist creativiteit	1. Dall-E2. Adobe AI 3. Copilot	1 + 2 Beperkt aantal foto's (niet-betalende versie) 3. Geen tijd om uit te zoeken
1. ChatGPT onthoudt de kenmerken v.h. bedrijf, manier van schrijven en doelpubliek	1. Niet up-to-date (gratis versie), begrijpt de gebruiker niet altijd (bv. Belgisch Limburg i.p.v. Nederlands Limburg)	AI op Instagram om reels te maken	Mist authenticiteit, wil zelf de beelden en de volgorde uitkiezen
5. 'Denkt' meer, geeft alle tussenstappen 6. Sterk inhoudelijke output door te combineren 7. Nog intelligenter dan OpenAI 8. Makkelijk foto's bewerken 9. Kan foto's en video's genereren, keuze welk model de prompt verwerkt	2. Zelf controleren op fouten, output is niet altijd begrijpbaar 3. ChatGPT is duurder dan Deepseek en Manus + meer op de rem op ethisch gebied	Nee, experimenteert en kijkt wat het beste werkt	/
1. Tijdswinst, maar kan het niet vergelijken met andere tools	1. Ongewenste output bij complexe taken (bv. persbericht over onderzoek), ongewenste output bij bewerken van een afbeelding, veel adjectieven, imposante taal, niet up-to-date	Jā, maar weet niet meer welke	/
1. Creativiteit, variatie	1. Mist originaliteit, valt in herhaling, hallucinatie (onbestaande personen), vergeet soms informatie van eerdere prompts	Nee	/
1. Ideeën, variatie	1. Te wervende tone-of-voice, valt in herhaling, mist authenticiteit	Nee	/
1. Onthoud eerdere prompts/informatie over Visit Limburg 2. Vindt artikels van over de hele wereld, gepersonaliseerde artikels	1. Niet up-to-date	Jā, Perplexity	Meer bekend met ChatGPT en dan Perplexity vergeten
1. All-round 2. Betrouwbaarder dan ChatGPT	1. Niet up-to-date, foto's missen authenticiteit	Jā, Dall-E	Beperkt aantal foto's (niet-betalende versie)
3. Beter in gezichten genereren dan Firefly 4. Tijdswinst bij editen	2. Niet goed in gezichten genereren	Jā, Midjourney en Dall-E	Beperkt aantal foto's (niet-betalende versie)
1. Variatie en inspiratie 2. Beter in afbeeldingen genereren dan ChatGPT	1. Imposante taal, veel adjectieven, limiet door niet-betalende versie 2. Limiet door niet-betalende versie	Nee	/
1. Teksten nalezen, inspiratie 2. Beter in strategieën en concepten dan ChatGPT	1. Voornamelijk een taalmodel, dus beperkter dan andere tools	Nee	/
1. Snelheid, feedback	1. Promptskills nodig	Nee	/
Jā, welke moeilijkheden	Ken je al tips & tricks?	Concrete prompt, varieert per functie	
/	Nee, behandelen als een persoon werkt wel	Intro voor de nieuwsbrief: "Schrijf een intro van 50 woorden als een communicatiemedewerker van Visit Limburg voor de maandelijkse nieuwsbrief die we uitsuren naar onze toeristische partners." + topic, titel, call-to-action	
Moelijk om meteen juist te formuleren (bijsturen)	Specifiek en duidelijk zijn	Copy sociale media over partner: Informatie over de partner, productfiche uploaden, lengte, kanaal, doelgroep, emoji's	
/	Nee	Website onderhouden: Manueel een overzicht maken van de gewenste stijl en uploaden	
Persona gaat niet in alle situaties (LinkedInpost) + Wat is de maatstaf?	Persona + context geven	Voorwoord jaarverslag: "Ik wil in naam van de directeur en de voorzitter het jaarverslag schrijven", jaarverslag uploaden, taalgebruik beschrijven, voorwoord van vorig jaar uploaden + topics die behandeld moeten worden in het voorwoord	
Wat is de maatstaf? + bijsturen	Persona + context geven	Tekst Gastmagazine: "Je bent een copywriter binnen Visit Limburg. Je werkt hier al tien jaar. Schrijf een tekst voor het Gastmagazine" + link naar de website (tone-of-voice, missie en visie), doelpubliek, onderwerpen, links (bv. Nationaal Park Hoge Kempen), mag poëtisch	
Specifiek zijn is niet altijd mogelijk (bv. een advertentie voor een kleinschalige partner)	Meerdere suggesties vragen, verderwerken aan initiële prompt, website toevoegen	Tekst Gastmagazine: "Je bent een ervaren copywriter bij Visit Limburg, schrijf in de stijl van Visit Limburg voor het Gastmagazine, probeer herhalingen te vermijden" + lengte, topics, seizoen, tone-of-voice, website, meerdere suggesties	
/	Persona + context geven	Persreis: Persona van journalist, actieve reis of niet, duur verblijf, type logies, type maaltijden	
Basisprompt steeds opnieuw + nieuwe vraag starten om met een schoon blad te beginnen	Specifiek en duidelijk zijn	Copy voor Instagram pagina Logeren in Vlaanderen: "Schrijf een leuke copy voor Instagram" + tone of voice van Visit Limburg, aantal emoji's, aantal zinnen	
Beelden bijsturen	Screenshot uploaden als iemand iets niet ziet staan, specifiek zijn, schrijfstijl, voorbeelden, document bijhouden met tips, niet alles vertrouwen	Afbeelding genereren: Kernwoorden in Firefly + klikken op opties (belichting, camerastandpunt). ChatGPT: stijl, kanaal, context	
/	Specifiek en duidelijk zijn, persona, huisstijl opslaan (maar doet het zelf niet)	Blog: "Schrijf een blog als Communicatiemedewerker bij Visit Limburg" (persona), thema, adressen van logies, "Hou rekening met SEO-richtlijnen"	
Nuances kloppen niet altijd	Context, specifiek zijn	Tekst advertentie: Wie, wat, waar, hoe, tone-of-voice, doelgroep, lengte, doel, huisstijl	
Niet voldoende promptkennis	Nee	Tekst advertentie: Aantal tekens, doelgroep, tone-of-voice, structuur	

Iets vergeten te vragen/ aan te halen	
Benieuwd naar tools	
Wil: Gedeelde ChatGPT + AI voor data-analyse (cijfers campagnes). Deelt geen persoonlijke informatie, gebruikt het niet om informatie te vragen	
AI-agents kunnen samenwerken in één omgeving (niet nodig voor Visit Limburg). Extra: AI voicechat of chatwindow voor Partnerwerking. AI is ingeburgerd bij vele partners en jongeren, stuurde video en demo van Sesame (voicechat)	
Nee	
Wil: tool als schrijfcoach, tools binnen kleinere afdelingen van communicatie, betalende versie, tools om afbeeldingen te genereren bv. voor promotie Visit Limburgcheque, tool voor data-analyse (kliks op sociale media)	
Wil: info over AI-tools. Extra: tool om te meten voor kenniscentrum.	
Wil: tool voor fam trips (persreizen is te persoonlijk)	
Wil: onlineomgeving met basisgegevens van Visit Limburg, ook betalende opties, AI inzetten op de website (geen chatbot, maar persoonlijke reis samenstellen)	
Wil: meer info over prompten	
Welke tools de beste zijn, zal over enkele jaren blijken. Wil: do's & don'ts in de handleiding	
Belangrijk dat de organisatie mee is met AI. Wil: tools + taak in de handleiding.	
Belangrijk dat de organisatie mee is met AI. Wil: prompttips, tools + taak in de handleiding. Tools voor planning, schrijven, eventueel meten voor kenniscentrum	

Resultaten van de AI-experts

Kennismakingsvragen				
	Functie	Beschrijving functie	Ervaring met communicatie	Ervaring met AI
Bart Grispen	Test Coördinator bij Resillion	Testen van hardware, elektronica, seriële data-interfaces + marketing en sales	Front-office in verhuurbedrijven	Opleiding (software development, zoals persoonsdetectie), interne AI-research groep, AI-werkgroepen bij Thomas More
Lien Verwimp	Influencer + CEO van Daymaker (platform met tips over reizen)	Schrijven voor Chapeaumagazine, reiservaring delen op socials, toerismeartikels schrijven, schrijven voor Daymaker	Diploma communicatiewetenschappen, job in PR-bureau, brandmanager bij Unilever, storytelling consultancy	AI geïntegreerd binnen Daymaker
Frederik De Roo	Marketingexpert bij Travel Trends	Opstellen van marketing- en optimalisatiecampagnes, focus op online	Helpt binnen Travel Trends met persberichten, campagnes en andere teksten	AI geïntegreerd binnen Travel Trends
Herve Van de Weyer	Opleidingshoofd Professionele Bachelor Communicatie, PXL	Beleid binnen de opleiding vormgeven, stagebegeleiding, bachelorproefbegeleiding	Diploma communicatiewetenschappen (master), lesgeven, zelfstandig copywriter, communicatiejobs bij militair weekblad Vox, Somati, Wolters Kluwer en RVS-verzekeringen	Geeft AI-workshops, opleidingen gevolgd
Ellen Theunen	Lector Communicatie, PXL	Geeft theoretische en praktische vakken, expertise = communicatie zonder winstoogmerk, bachelorproefbegeleiding	Diploma communicatiewetenschappen (bachelor + master), job als communicatieverantwoordelijke	Eigen onderzoek adhv. project AmAI (studenten ontworpen platenhoes + songtekst met AI), studenten krijgen AI-opdrachten
Freya Geerts	Experte AI vanuit Centrum Digitaal Leren, PXL	AI-onderzoeken (AI binnen secundair onderwijs), project: digitale competenties bij leerkrachten verhogen	Communicatievakken in lerarenopleiding, communicatie als leerkracht	AI-onderzoek (AI in het secundair onderwijs, tools, prompttips)
Joëlle Kalmès	Voorzitter AI-werkgroep, PXL	AI integreren in de opleiding, professionalisering aanbieden voor lectoren, organisatorische rol in werkgroep	/	Voormalig ICT-Coördinator bij PXL Education, studenten krijgen AI-opdrachten
AI-gebruik				
	Welke AI gebruik je?	Voor welke taken?	Hoe vaak?	
Bart Grispen	ChatGPT, want toegankelijk + taalmodel	LinkedInposts, blogposts, marketingposts, Whitepapers, technische uitleg vragen	Bijna dagelijks, zeker wekelijks	
Lien Verwimp	1. Integratie OpenAI in Daymaker 2. ChatGPT	1. Vertalen van de website 2. Inspiratie en creativiteit voor teksten, zoekmachine	Meermaals per week	
Frederik De Roo	1. ChatGPT (betalend) 2. Canva 3. Adobe Express 4. AgencyAnalytics 5. Triple Whale	1. Strategische concepten, brainstormen, copywriting 2+3. Foto- en beeldbewerking 4+5. data-analyse (performance marketing)		
Herve Van de Weyer	1. ChatGPT 2. CopyAI	1. Socialemediaposts opstellen, brainstormen 2. Copywriting		
Ellen Theunen	1. ChatGPT 2. Canva (Magic Studio) 3. Dall-E	1. Teksten nalezen, afbeeldingen genereren, structureren, helpen met de klemtoon leggen in een tekst, brainstormen 2+3. Afbeeldingen genereren		
Freya Geerts	Large Language Models (bv. ChatGPT) en generatieve AI	AI voor het onderzoek: tools zijn geclusterd in de tool 'Brain' (zie website PXL)	Dagelijks	
Joëlle Kalmès	1. ChatGPT 2. Copilot	1. Content genereren, teksten corrigeren en redigeren, vertalen, tabellen maken, brainstormen 2. Geëxperimenteerd		

AI en communicatie					
	Voordelen AI voor communicatie	Nadelen AI voor communicatie	Verandering in communicatie		
Bart Grispen	Snel creëren van content, complexe zaken uitleggen aan de klant	Content verliest waarde door vele AI-posts	Een marketeer kan een post per uur maken ipv. per dag		
Lien Verwimp	Startpunt (voor captions, nieuwsbrieven), structureren van veel info, reisplanningen	Minder persoonlijke reistips, te weinig kennis van 'leuke adresjes', promotie van dezelfde plaatsen, mist human touch			
Frederik De Roo	Maakt processen sneller + efficiënter	Verifiëren of de output klopt, weinig info over kleine bestemmingen (bestemmingspromotie), mist human touch	Meer foto's maken gebruik van AI		
Herve Van de Weyer	Tijdwinst (bv. repetitieve taken)	Creativiteit ontbreekt, typische AI-schrijfstijl (overdreven, eenheidsworst), human touch in beeldvorming ontbreekt, niet ecologisch, studenten grijpen te snel naar AI	AI zit overal in (e-mails, Instagram), virtual assistants, chatbots, automatic mailings, elke functie kan AI inzetten		
Ellen Theunen	Tijdwinst, efficiëntie, structureren, brainstormen, verslagen + transcripties maken, extra ideeën, reistips	Typische AI-schrijfstijl, studenten grijpen te snel naar AI, hallucinaties, vaardigheden (bv. samenvatten) gaan verloren			
Freya Geerts	Tijdwinst	Niet kritisch nadenken (copy-paste)			
Joëlle Kalmès	Hulpmiddel	Niet betrouwbaar			
Besprekingsspecifieke AI-tools					
	Tool	Voor welke taken?	Voordelen van de tool(s)	Nadelen van de tool(s)	Mening over de tools van Visit Limburg
Bart Grispen	ChatGPT	Opstellen van posts, programmeren, zoekmachine	Geeft bronnen (soms met de datum), dropdown-menu met soorten opdrachten in betalende versie, kan reizen uitstippelen en feedback geven op programmeercode's	Niet up-to-date, zelf gegevens verifiëren, NDA's (niet zomaar info aan AI geven)	
Lien Verwimp	ChatGPT	Als startpunt, zoekmachine	Typen in volzinnen ⇔ Google, onthoudt kenmerken van het bedrijf	Mist authenticiteit, zelf gegevens verifiëren	
Frederik De Roo	1. ChatGPT 2. Jasper AI 3. Adobe Photoshop 4. Dall-E5. Midjourney 6. Gemini 7. Maya Travel AI 8. Ask Whisper 9. Canva	1. Gelinkt aan Drive voor data-analyse (performance marketing), copywriting 2. Copywriting 3. Beeldbewerking 4+5. Genereren van afbeeldingen 6. Creatieve taken (brainstormen) 7. Personaliseert trips van reisorganisaties 8. Stelt trips samen (focus op hotels, B&B's, uitstappen) 9. Creatief werk	1. Mogelijkheid tot businesspakket, tone-of-voice aanpassen naar bedrijf, goed in afbeeldingen genereren 4+5. Beste tools om afbeeldingen te genereren 6. Beter in ideeën bedenken dat ChatGPT 7. Gepersonaliseerde trips, kan op website 8. Gepersonaliseerde trips, B2C (chatbot via WhatsApp)	1. Standaard output doordat veel mensen het gebruiken, niet actueel genoeg om trips samen te stellen (oplossing: koppel eigen data aan ChatGPT), niet zomaar info geven als overheid	Claude AI + Midjourney = goed
Herve Van de Weyer	1. ChatGPT 2. Dall-E3. Copilot 4. Perplexity 5. Deepseek 6. CopyAI 7. Photoshop 8. CapCut 9. Midjourney	1. Teksten nalezen, socialemediaposts opstellen, brainstormen, reizen samenstellen 2. Afbeeldingen genereren 3, 4+5. Bronnen zoeken 6. Copywriting (herschrijven, geen inspiratie) 7. Foto's bewerken 8. Video's bewerken 9. Afbeeldingen genereren	1. Beste taalmodel 9. Zeer goed in beelden genereren	Zelf kritisch nadenken en human touch toevoegen, zelf gegevens verifiëren 2. Tekst op gegenereerde beelden bevat fouten 9. Veel promptkennis nodig	
Ellen Theunen	1. ChatGPT 2. Dall-E3. Canva (Magic Studio) 4. Copilot 5. Claude AI 6. Perplexity	1. Copywriten 2+3. Afbeeldingen genereren 4. Copilot-pakket (geïntegreerd in Teams, Outlook, PowerPoint, Word) 5+6. bronnen	4. Toegankelijk, want geïntegreerd	1. Deprogrammeren is moeilijk (info doen vergeten), niet-betalende versie: minder goede resultaten + limiet	
Freya Geerts	1. ChatGPT 2. Grammarly 3. Quillbot 4. Rabbit 5. Connected Papers 6. Copilot 7. Canva	1. Teksten herschrijven + afbeeldingen generen 2+3. Teksten herschrijven 4+5. Bronnen en onderzoek 6+7. Afbeeldingen genereren		Zelf gegevens verifiëren	
Joëlle Kalmès	1. ChatGPT 2. Copilot-pakket (betalend) 3. Canva (betalend)	1. Teksten schrijven 3. Afbeeldingen genereren	2. legt linken tussen documenten, trefwoorden terugvinden, automatisch verslaggeving doen	Hallucinaties, zelf gegevens verifiëren	Specifieke tools ipv. ChatGPT = zinvol

Prompt-engineering				
	Belangrijkste kenmerken	Meest voorkomende fouten	Tips & Tricks	Tips voor eindresultaat bachelorproef (handleiding)
Bart Grispen	Concreet en duidelijk van in het begin	Te weinig context + vaag onderwerp	Persona, details, volzinnen, tone-of-voice, laat AI de prompt verrijken, vorige prompts kopiëren als AI info vergeet, ChatGPT 'overtuigen' om output te genereren	Template met basisprompts opstellen (ev. onderverdelen in tijd, doelgroep of kanaal), Gebruik AI voor de template
Lien Verwimp			Zoveel mogelijk context in eerste prompt, dan bijsturen	
Frederik De Roo	Situatie geven, objectiviteit vermelden, regels geven		Uitgebreide briefing in het begin: situatie, klant, campagne, persona, niet-gewenste output ook vermelden, stap voor stap werken, regels herhalen, bijsturen is normaal, zelf regels aanleren (met bv. vierkante haken of aanhalingstekens)	Basisprompt opstellen (Wie is Visit Limburg, missie, visie)
Herve Van de Weyer	Details geven, concreet zijn		Situatie, concrete vraag, details, verwachting output, volzinnen, persona, kritisch zijn, vriendelijk zijn (helpt om duidelijker te zijn), vermeld 'out-of-the-box', zeggen wat Belgisch Limburg en Nederlands Limburg is	
Ellen Theunen	Details geven, context	Negatie gebruiken	ChatGPT een prompt laten schrijven voor Dall-E (beelden genereren is moeilijk), volzinnen of goed opgestelde bullets, gewenste output, hoofdletters, tool geeft suggesties	
Freya Geerts	Duidelijk zijn	Negatie gebruiken + te weinig context	Behandelen als een beginnende werknemer, persona, volzinnen of goed opgestelde bullets, hoofdletters, stap voor stap, vragen te redeneren, omvangrijker antwoord indien vriendelijke prompt (maar niet beter), Engels prompten niet nodig (verschil kleiner)	
Joëlle Kalmès	5 bouwstenen: Persona, doel, ontvangers, thema + structuur. Persona = belangrijkste	Negatie gebruiken	Volzinnen of goed opgestelde bullets, Engels prompten niet nodig, promptomgeving personaliseren, prompts bijhouden, hoofdletters, bijsturen is normaal, stap voor stap	
Afrondende vragen				
	Iets toevoegen aan de samenvatting	Iets vergeten te vragen/ aan te halen		
Bart Grispen	Nee	Duurzaamheid: veel stroomgebruik, maar toegankelijk (Explainable AI) + tijdsbesparing		
Lien Verwimp	Nee	Persoonlijke reis samenstellen via Visit Limburg: vragenlijst + keuzemogelijkheden integreren		
Frederik De Roo	Nee	Aanvulling uit nieuwsbrief: Synthesia voor AI-video's met avatars en voice-overs. Grammarly voor AI-taalcontrole en tekstverbetering.		
Herve Van de Weyer	Nee	Volg AI-kanalen op TikTok, duurzaamheid: veel stroomverbruik, wees kritisch. ChatGPT kan contentplanningen opstellen, transcriberen, samenvatten, helpen voor een sollicitatie, vertalen		
Ellen Theunen	Nee	Duurzaamheid: veel stroomgebruik, prompt met een doel, wees kritisch, denk goed na, langere prompts gebruiken. Omarm AI. Verdeelde meningen over AI		
Freya Geerts	Nee	Duurzaamheid: voor kleine vragen geen AI gebruiken, goed weten hoe te prompten		
Joëlle Kalmès	Benadrukt Copilot-pakket	Duurzaamheid: Ethisch gebruik (zal visietekst doorsturen)		