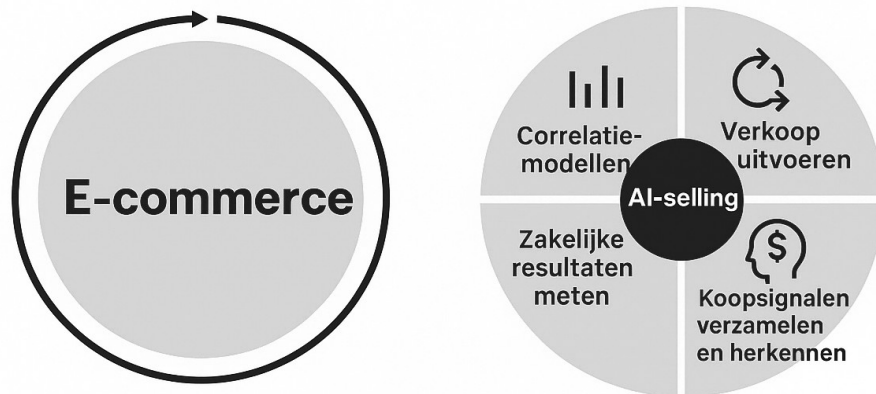


AI-selling: van inzicht tot verkoopgesprek

AI-selling richt zich op het ondersteunen van verkopers met slimme automatisering en data-analyse om klantrelaties te versterken en verkoopprocessen efficiënter te maken. Kernvragen bij hoofdstuk 1 zijn:

- *Hoe definiëren we AI-selling?*
- *Welke AI-termen moet een verkoopteam kennen?*
- *Hoe kunnen wij AI ondersteunend inzetten bij verkoopgesprekken?*



AFBEELDING 1.0 Het verschil tussen e-commerce en AI-selling.

AI-selling bevindt zich op het snijvlak van e-commerce, social selling en zowel online als traditionele verkoop. Hoewel de termen AI-selling en AI-commerce regelmatig door elkaar worden gebruikt, verwijzen ze naar verschillende toepassingen van kunstmatige intelligentie binnen het verkoop- en e-commerceproces:

- **AI-selling** richt zich op het ondersteunen van verkopers met kunstmatige intelligentie. Het wordt vooral gebruikt in omgevingen waar persoonlijk contact belangrijk is, zoals B2B-verkoop. AI helpt bijvoorbeeld met het analyseren van de markt, de persona, de klantreis en het identificeren van kansrijke leads. Ook het personaliseren van verkoopberichten en het voorspellen van klantgedrag vallen binnen dit domein. Het doel is om het verkoopproces efficiënter en effectiever te maken binnen een verkoopteam.
- **AI-commerce** gaat breder en past AI toe op het volledige e-commerceproces. Het wordt ingezet in webshops om onder andere gepersonaliseerde productaanbevelingen te doen, prijzen dynamisch aan te passen, klantvragen automatisch te beantwoorden

en voorraadbeheer te optimaliseren. Het doel is om de klanterva-
ring te verbeteren en conversie te verhogen.

Ook AI-selling en Sales verschillen van elkaar:

Verschillen AI-selling en Sales

AI-selling	Sales
Zeer schaalbaar dankzij (AI-) automatisering.	Beperkt door aantal beschikbare verkopers.
Begint met analyseren.	Begint met praten.
Geautomatiseerd op basis van gedrag en patronen.	Subjectief, gebaseerd op intuïtie of basiscriteria.
Het draait om de klantrelatie.	Het draait om de salestarget.
AI-tools; lagere kosten door automatisering.	Arbeidsintensief; hogere kosten per lead en sale.
Kostenbesparend op lange termijn.	Het draait om het aanbod.

TABEL 1.1 De verschillen tussen AI-selling en (traditionele) Sales.

De termen gericht op AI-selling en AI-commerce

Met behulp van geavanceerde algoritmes en grote taalmodellen bieden AI-systemen, zoals generatieve AI (**gen AI**), oplossingen waardevolle inzichten. Een **AI-systeem** is een technologie die menselijke intelligentie nabootst om zelfstandig te leren, redeneren, beslissen en taken uit te voeren op basis van data. GenAI is specifiek gericht op het creëren van nieuwe content, zoals tekst, beelden, audio of programmeercode, op basis van wat het geleerd heeft uit grote hoeveelheden data.

Voorbeelden zijn taalmodellen zoals ChatGPT of beeldgenerators zoals DALL·E. Deze technologieën maken het mogelijk om klanten relevante aanbevelingen, gepersonaliseerde interacties en snelle,

intuïtieve zoekfuncties te bieden, kortom, een digitale ervaring die aanvoelt als fysiek winkelen.



Een **taalmodel** is een AI-systeem dat is getraind op grote hoeveelheden tekst en daardoor in staat is om taal te begrijpen, genereren en personaliseren. In online verkoop zorgt het voor slimme toepassingen zoals gepersonaliseerde communicatie, automatische productbeschrijvingen, chatbots, conversatie-gestuurde verkoop, analyse van klantfeedback en optimalisatie van content.

De technologie **AI** wordt helaas vaak door elkaar gebruikt met gerelateerde termen en technologieën, zoals machine learning (ML) en deep learning (DL). ML, of machinaal leren en DL zijn varianten en een vorm van AI, die ook patroonherkenning toepassen. Ook de termen techniek en technologie hebben een verschillende betekenis. Waar de actiegerichtetechniek zich bezighoudt met het oplossen van behoeften, gaat de technologie over innovatie en de handelingen die gebruikt worden om iets op te lossen. De technologie is simpelweg de wetenschap van techniek die is gericht op een specifiek doel, zoals innovatie. Technologie draait om de doelgerichte ontwikkeling van de techniek met behulp van wetenschap(elijk) onderzoek. De broodnodige termen en technologieën voor een modern verkoopteam op een rij:

- **Robotica** is de tak van de wetenschap die zich met het bestuderen van robots bezighoudt. Denk aan fysieke robots in winkels die klanten kunnen begroeten, producten aanwijzen, voorraad controleren of eenvoudige vragen beantwoorden.
- **Intelligentie** is een algemene (mentale) vaardigheid die draait om het redeneervermogen, het planningsvermogen, het vermogen problemen op te lossen, het vermogen complexe ideeën te begrijpen en het vermogen om snel te leren uit ervaring, zoals

leerpunten uit verkoopgesprekken die AI voor ons inzichtelijk maakt.

- **Data** zijn feitelijke gegevens en zijn ongestructureerd, zoals getallen, symbolen, tekens of woorden, die worden verzameld. Data bevatten (nog) geen patroon of vorm van interpretatie. Een manager van een eeshop verzamelt bijvoorbeeld ruwe data zoals bezoekersaantallen, gemiddelde kijktijd, klikgedrag, zoektermen, verkoopaantallen en het aantal verlaten winkelwagens rond een specifiek product. Deze data geven nog geen directe betekenis, maar vormen de basis voor verdere analyse.
- **Informatie** is gestructureerde data in een bruikbare context, zoals losse woorden die gezamenlijk leesbare zinnen construeren. Door betekenis, of waarde, toe te kennen aan data ontstaat er dus informatie. Stel dat we als losse data hebben "Jansen BV" met als aantal bestellingen: "12", een laatste bestelling: "25 mei 2025" en als productcategorie: "Kantoorartikelen". De informatie (gestructureerde data) wordt dan: *"Jansen BV heeft in het afgelopen kwartaal 12 bestellingen geplaatst, waarvan de laatste op 25 mei 2025 was. De meeste bestellingen betroffen kantoorartikelen."*
- **Data-analyse**, of gegevensanalyse, is de analyse van verzamelde gegevens en wordt ingezet voor het identificeren en interpreteren van patronen die bijvoorbeeld van waarde zijn voor de groeimogelijkheden van een organisatie of marketingaanpak. Zo kan een b2b-groothandel klantdata analyseren om een omzetsdaling in een deel van Nederland te verklaren. Uit de analyse blijkt bijvoorbeeld dat langere levertijden, minder klantbezoeken en concurrerende prijsacties de belangrijkste oorzaken zijn. Als reactie wordt ingezet op betere leverbetrouwbaarheid, meer persoonlijk klantcontact en aangepaste prijsstrategieën.
- Data-analyse wordt **business intelligence** (BI) genoemd als het doelgericht wordt ingezet om specifieke (groei)problemen