



Foeter Fiesta

Mens, Merk & Machine

Mogelijk gemaakt door



Voordat we aan de borrel gaan

- Dank aan **Christ** en de **hosts** van vandaag 🙌
- **Belangrijkste inzichten** uit de rondetafelgesprekken
- 📦 Verloting: **3 x ContentKwartet** aangeboden door Marcel Nanning

Belangrijkste take-aways keynote

Strategie begint bij diagnose, niet bij actie

Veel marketeers rennen direct naar oplossingen, zonder het echte probleem te begrijpen. Een sterke strategie start met een scherpe diagnose, gevolgd door een duidelijke guiding policy en acties die elkaar versterken.

Onderscheid ontstaat door keuzes die ook anders hadden gekund

Een strategie is pas strategisch als het tegenovergestelde ook logisch zou kunnen zijn. Durf dus te kiezen voor een richting die niet vanzelfsprekend is dat maakt je onderscheidend.

Echte visie schuurt een beetje

Een sterk merk of strategie is niet “voor iedereen goed”. Het heeft een duidelijke mening, een standpunt. Juist dat zorgt voor richting, energie en herkenbaarheid. Intern en extern.

Belangrijkste take-aways mens

Technologie is een hulpmiddel, geen vervanger van contact

AI kan processen versnellen, maar echte relaties blijven ontstaan in gesprekken, ontmoetingen en empathie. Zodra automatisering belangrijker wordt dan aandacht, verlies je menselijkheid.

Kwetsbaarheid maakt merken geloofwaardig

Mensen vertrouwen mensen, niet perfectie. Organisaties die ook hun fouten, leermomenten en twijfels durven tonen, bouwen sterkere verbindingen met klanten en collega's.

Cultuur bepaalt de toon van menselijkheid

Een veilige, open bedrijfscultuur is de motor achter eerlijke communicatie, authentieke verhalen en duurzame samenwerking. Zonder veiligheid geen echtheid en zonder echtheid geen verbinding.

Belangrijkste take-aways merk

Een merk leeft niet in de wat, maar in de waarom

Merken die alleen communiceren wat ze doen, verdwijnen in de ruis. De kracht ligt in waarom je iets doet. Je overtuiging, motivatie en betekenis. Dat vormt de basis voor herkenning, vertrouwen en richting.

Cultuur is de oorsprong van strategie

Een merk dat niet geworteld is in gedrag en cultuur, blijft een wassen neus. Pas wanneer medewerkers de merkbepoofte zelf leven, wordt de strategie geloofwaardig en consistent zichtbaar.

Onderscheid vraagt om keuzes die schuren

Sterke merken durven een standpunt in te nemen. Niet iedereen hoeft je leuk te vinden, maar iedereen moet wel weten waar je voor staat. Authentieke waarden trekken aan en stoten af, en dat maakt je herkenbaar.

Belangrijkste take-aways machine

AI versnelt en maakt daardoor de zwakke plekken zichtbaar

Doordat creatie sneller gaat dan ooit, legt AI de zwakke plekken in processen bloot. De uitdaging is niet “meer produceren”, maar slimmer organiseren: de machine als versneller van kwaliteit.

Efficiëntie zonder richting leidt tot middelmaat

AI maakt meer mogelijk, maar ook oppervlakkiger. Wie alleen optimaliseert op snelheid of volume, verliest diepgang. Echte winst zit in regie, context en betekenis. Niet in output.

De toekomst is hybride: mens & machine

De kracht ligt in samenwerking. Machines nemen herhaling over, mensen brengen duiding, emotie en visie. De professional van morgen is niet óf denker óf doener, maar beide tegelijk.

Foeter Fiesta

Graag horen we jouw mening over
het event via [onze enquête](#).

Mogelijk gemaakt door

