

Je denkpatronen verbeteren met je AI-Tool



Leer hoe je jouw AI-Tool inzet als denkpartner
voor scherpere beslissingen en nieuwe inzichten.

Hoe je AI-Tool gebruikt om je denkvermogen aan te scherpen

Introductie

Het geheim van succes: beter denken

Wanneer hoorde je voor het laatst iets over het gebruik van een tool om je denkvermogen aan te scherpen? Waarschijnlijk nooit. Toch is het een van de geheimen die de meeste miljonairs gebruiken om beter te presteren, slimmere beslissingen te nemen en hun dagelijks leven succesvol te maken.

In deze tutorial laten we je zien hoe je AI-Tool kunt gebruiken om je denken in nieuwe richtingen te duwen, verschillende perspectieven uit te proberen en creatiever problemen op te lossen. Je leert AI-Tool niet alleen te gebruiken als tool voor antwoorden, maar als partner om je manier van denken aan te scherpen. We laten zien hoe je AI-Tool instelt als partner in plaats van tool, een prompt schrijft die je doel of probleem beschrijft, je huidige denkwijze toevoegt, nieuwe oplossingen beoordeelt en blijft itereren.

Leerdoelen

Wat je gaat leren

Aan het einde van deze tutorial kun je:

AI-Tool instellen

Configureer het juiste model en de juiste instellingen voor een optimale denkpartner

Een prompt schrijven die je doel of probleem beschrijft

Stel effectieve prompts op die diepere inzichten ontgrendelen

Je huidige denkwijze toevoegen

Deel je bestaande aanpak om gerichte begeleiding te krijgen

Nieuwe oplossingen beoordelen of blijven itereren

Ontdek nieuwe strategieën en verfijn je aanpak

Laten we er meteen induiken.

Stap 1

AI-Tool instellen

De meeste mensen weten hoe ze bij AI-Tool komen, dus daar gaan we niet op in. Zodra je bent ingelogd, zorg je ervoor dat het 'Auto'-model is geselecteerd. Laat AI-Tool zelf bepalen hoe het reageert op je prompts en vragen.

Je kunt later experimenteren met de Thinking-modus als je de grenzen van AI-Tool wilt opzoeken voor diepere redenering. Maar Auto is prima als basis.

De truc is een speciale prompt die je manier van denken opschudt. In plaats van steeds dezelfde oude antwoorden te herhalen, stelt AI-Tool je scherpe vragen die blinde vlekken blootleggen die je niet eens had opgemerkt.

AI-Tool 5 Thinking

Auto – bepaalt zelf hoe lang er wordt nagedacht

Instant – antwoordt direct

Thinking – denkt langer na voor betere antwoorden

Pro – intelligentie op onderzoeksniveau

Stap 2

Schrijf een prompt die je doel of probleem beschrijft

Het belangrijkste onderdeel van deze tutorial is de prompt waarmee je AI-Tool transformeert in een bedachtzame chatbot. In plaats van standaardantwoorden stelt hij vragen zonder betuttelend te zijn, graaft hij diep in je denkpatroon en geeft hij antwoorden die je vragen écht beantwoorden.

Dit is de prompt om mee te beginnen.

Prompt:

Ik probeer [beschrijf kort je doel of probleem], maar ik blijf steeds vastzitten in dezelfde ideeën. Stel me genoeg vragen over het probleem om een nieuwe aanpak te vinden.

Laat de haakjes weg en spreek je eigen probleem rechtstreeks in AI-Tool in. Ik gebruikte Wispr Flow voor spraakinvoer — dat werkte uitstekend, en Super Whisper doet het ook prima.

Voorbeeld:

Ik probeer een oplossing te vinden om het percentage verlaten winkelwagens bij zomeraanbiedingen te verlagen. Ik heb een cadeaumandenbedrijf, maar ik blijf steeds vastzitten in dezelfde ideeën. Stel me genoeg vragen over het probleem om een nieuwe aanpak te vinden.

Waar zullen we beginnen?

Ik probeer een oplossing te vinden om het percentage verlaten winkelwagens bij zomeraanbiedingen te verlagen. Ik heb een cadeaumandenbedrijf, maar ik blijf steeds vastzitten in dezelfde ideeën. Stel me genoeg vragen over het probleem om een nieuwe aanpak te vinden.

Meer is het niet. Begin eenvoudig en laat AI-Tool het zware werk doen. Je kunt vooraf ook wat context toevoegen over hoe je het probleem normaal aanpakt. Die extra informatie helpt AI-Tool om gericht te werk te gaan en scherpere, relevantere vragen te stellen.

Begrepen — laten we dieper graven zodat ik je kan helpen nieuwe invalshoeken te ontdekken. Ik stel je een aantal gerichte vragen om blinde vlekken bloot te leggen.

Klanten & gedrag

1. Weet je waar de meeste bezoekers vandaan komen (social media, advertenties, organisch zoekverkeer, verwijzingen)?
2. Heb je geanalyseerd bij welke stap in de checkout-funnel mensen afhaken — direct na het toevoegen aan de winkelwagen, bij de verzendgegevens of bij de betaling?
3. Heb je klanten die afhaakten ooit gevraagd waarom ze de aankoop niet hebben afgerond?

Productperceptie

4. Hoe presenteer je de mand van \$18,99 momenteel op de site — benadruk je dat deze goedkoper is dan bij concurrenten?
5. Aan welke emoties of gebruikssituaties koppel je het product (bijv. zomerfeesten, cadeaus voor gastheren, 'verwen jezelf')?
6. Heb je variaties van de rood-gouden mand geprobeerd (andere formaten, add-ons of bundels) om te zien of mensen vaker converteren?

Prijzen & incentives

7. Toon je de totale kosten (inclusief verzending) vroeg in het proces, of komen de verzendkosten er pas bij de checkout bij?
8. Gebruik je tijdelijke aanbiedingen (bijv. 'Zomeractie eindigt over 48 uur') of incentives zoals gratis verzending boven een bepaald bedrag?

Voeg je huidige denkwijze toe

Hier valt alles op zijn plek. Voordat AI-Tool vragen begint af te vuren, deel je de aanpakken die je al gebruikt, zodat het je startpunt kent. Ik vertelde bijvoorbeeld:

- **Gebruikersgesprekken:** Voer er zoveel mogelijk om te achterhalen waarom mensen afhaken, en probeer die problemen vervolgens op te lossen met nieuwe functies of uitleg.
- **Exit-enquêtes:** Activeer ze wanneer iemand opzegt, gekoppeld aan een korting om feedback te verzamelen.

Zodra ik dat had gedeeld, begreep AI-Tool wat ik al deed — en duwde het me verder dan dat.

Perfect — je zit in de juiste mindset: praat eerst met afhakers, los daarna op basis van bewijs op. Laten we je twee ideeën verfijnen:

1. Gebruikersgesprekken

- Volume vs. diepgang: Voer er zoveel mogelijk, maar probeer niet te verkopen tijdens het gesprek — je doel is patronen in kaart brengen. Stel open vragen zoals: "Waarom probeerde je ons in eerste instantie?" / "Wat ontbrak er of viel tegen?" / "Wat had je doen blijven?"
- Structureer de gesprekken: Maak notities in een vast sjabloon (probleem !' aanleiding !' suggesties). Zo zie je na ± 10–20 gesprekken terugkerende thema's.
- Bied een incentive: Een kleine cadeaubon of gratis minnand als bedankje voor hun tijd. Dit verhoogt de deelname.

2. Exit-enquêtes

Nadat we de prompt hadden verstuurd, deelde AI-Tool alles op in categorieën waar we nog niet echt over hadden nagedacht, zoals gebruikersinzicht, productervaring, betrokkenheid, educatie, aha-momenten, aanbiedingen en analytics.

De vragen die alles veranderden

Daarna kwam het met scherpere vragen, zoals:

- Waarom voegen mensen überhaupt items toe aan de winkelwagen (rondkijken, prijzen vergelijken, koopintentie)?
- Bij welke exacte stap haken de meeste mensen af (verzendgegevens, betaling, overzichtspagina)?
- Hoe duidelijk zijn de totale kosten vooraf (verborgen kosten, verzendverrassingen)?
- Waar zit de frictie in de checkout (account aanmaken, te veel velden, trage laadtijden)?
- Is vertrouwen een probleem (beveiligingskeurmerken, betaalopties, retourbeleid)?
- Gedragen mobiel en desktop zich verschillend (met een hoger afhaakpercentage op één van beide)?
- Zijn er herinneringen ingesteld (e-mail, sms, push), en zijn ze effectief?
- Welk gebruikerssegment haakt het vaakst af (nieuwe bezoekers, terugkerende bezoekers, kortingsjagers)?
- Welke aanbiedingen of nudges ontbreken (kortingscodes, drempel voor gratis verzending, urgentie)?
- Hoe soepel is de ervaring na de winkelwagen (kunnen gebruikers eenvoudig opslaan, bewerken of later terugkomen)?

Dat soort vragen bracht afhaakpunten aan het licht die we volledig over het hoofd hadden gezien.

1. Waarom mensen items toevoegen

- Rondkijken vs. koopintentie: Sommigen voegen toe aan de winkelwagen om te vergelijken, te bewaren of verzendkosten te checken.
- Actie: Gebruik een exit-enquête of sessieopnames (Hotjar/Clarity) om 'nieuwsgierige' bezoekers te onderscheiden van 'koopklare' bezoekers.

2. Waar de uitval plaatsvindt

- Cruciaal: Funnel-analytics (GA4, Mixpanel of ingebouwd in Shopify) om de uitval per fase in kaart te brengen.
- Actie: Vertrekken de meesten bij de verzendgegevens, dan is het waarschijnlijk kostenschok; bij de betaling is het het vertrouwen/frictie.

3. Kostentransparantie

- Verborgen kosten = de grootste oorzaak van afhaken.
- Actie: Toon verzendkosten en btw vóór de checkout (bijv. een verzendcalculator op de productpagina).

4. Frictie in de checkout

- Veelvoorkomende blokkades: Verplicht account aanmaken, te veel formulervelden, geen autofill, trage laadtijd.
- Actie: Test afrekenen als gast, minder velden, PayPal/Apple Pay/Shop Pay met één klik.

Beoordeel nieuwe oplossingen of blijf itereren

Door AI-Tool's vragen door te werken, ontdekten we een week aan nieuwe strategieën om verlaten winkelwagens aan te pakken — dingen die ik in mijn oorspronkelijke plan niet eens had bedacht. Waaronder:

Totale kosten vooraf duidelijker maken

Verminder verrassingen op het laatste moment die klanten doen afhaken

Checkout-stappen stroomlijnen

Schrap onnodige velden om het proces te versnellen

Afrekenen als gast aanbieden

In plaats van een verplicht account

Herinneringen testen

Zoals winkelwagen-herstelmails of pushmeldingen

Incentives introduceren

Zoals drempels voor gratis verzending of tijdelijke aanbiedingen

Geen van deze lag aan het begin voor de hand, maar ze kwamen naar boven zodra AI-Tool me aanzette om het probleem vanuit verschillende hoeken te bekijken.

Een uitvoerbaar plan maken

Je kunt AI-Tool vragen een stappenplan te maken op basis van de gevonden problemen, zoals die wij ontdekten.

Prompt:

Geef een stappenplan voor de volgende strategieën: - Totale kosten vooraf duidelijker maken om verrassingen op het laatste moment te verminderen - Checkout-stappen stroomlijnen en onnodige velden schrappen - Afrekenen als gast aanbieden in plaats van een verplicht account - Herinneringen testen zoals winkelwagen-herstelmails of pushmeldingen - Incentives introduceren zoals drempels voor gratis verzending of tijdelijke aanbiedingen

Goede lijst. Hier is een concreet stappenplan per strategie, plus wat je kunt meten en voorbeeldteksten die je direct kunt gebruiken.

1) Maak de totale kosten vooraf duidelijk

Doel: prijsschok door verzendkosten, btw of toeslagen wegnemen.

- Voeg een kostenoverzicht toe op de product- en winkelwagenpagina's.
- Voeg een eenvoudige verzendcalculator toe op de productpagina.
- Voeg een voortgangsbalk voor gratis verzending toe. Voorbeeld: "Je bent \$6,01 verwijderd van gratis verzending."

2) Stroomlijn de checkout en schrap velden ...

AI-Tool maakt een uitvoerbaar plan dat je eenvoudig kunt volgen om het percentage verlaten winkelwagens op te lossen en die kostbare verkopen binnen te halen waar je op hebt gewacht.

Conclusie

Denk slimmer, niet harder

Dat was het voor deze verhelderende tutorial, AI-Tool-liefhebbers! Het idee is om generieke prompts te vermijden. Je moet manieren vinden om het beste uit je AI-Tool te halen. Het is niet moeilijk.

Je hebt alleen slim genoeg te zijn om je te richten op de problemen en gerichte antwoorden te krijgen.

01

Stel AI-Tool in met Auto-modus

Laat de AI bepalen hoe te reageren voor optimale resultaten

02

Schrijf een duidelijke prompt die je probleem beschrijft

Wees specifiek over waar je op vastloopt

03

Deel je huidige denkwijze

Geef context zodat AI-Tool je verder kan duwen

04

Beoordeel en itereer op nieuwe oplossingen

Ontdek strategieën die je nooit eerder had overwogen

Scherp denken is stap één.

Verdienen is stap twee.

Je weet nu hoe je betere beslissingen neemt. Maar een scherp plan zonder verdienmodel blijft een hobby. In het GainLab e-book '**Van AI-kennis naar AI-business**' krijg je het complete stappenplan om van je AI-kennis een inkomstenstroom te maken — niche, aanbod, prijs en je eerste betalende klant.

- **Het volledige stappenplan** — van idee tot eerste omzet
- **In het Nederlands, zonder technisch jargon**
- **Inclusief toegang tot Discovery Sessions** — 1-op-1 sparren over jouw verdienmodel



P.S. Sluit dit e-book niet zonder actie. Pak één beslissing waar je nu op kauwt, open techniek 1 en geef jezelf vijftien minuten. Als je over een maand nog precies hier staat, weet je waarom.