

Het AI-marketingbureau voor Haarvisie

Jamal is er twee jaar mee bezig en zegt eerlijk: het lukt me niet.

Ik ben door het hele archief gegaan, vanaf het begin van de vault,

en heb daarna onderzocht hoe anderen dit in 2026 bouwen.

Dit is wat ik vond.

Deel 1 — Wat je al gebouwd hebt (de tijdlijn)

Eerlijkheid vooraf: de vault gaat terug tot maart 2026.

De ChatGPT-periode daarvoor staat er niet in.

Maar vanaf maart is het beeld compleet:

- **Maart:** eerste opzet, Soraya-chat, SalonCRM-experimenten
 - **April:** Social Studio gebouwd, een eigen WordPress-plugin die social-foto's en teksten genereert. Fase 1 kwam af. Fase 2 (doorlopende contentproductie) bleef open staan.
 - **21 april:** het Kapsalon AI Playbook geparkeerd, "eerst focus op Haarvisie zelf"
 - **Mei:** grote vergadering over de AI-marketingworkflow, de Content Factory-pijplijn, Higgsfield Marketing Studio onderzocht, monetisatie-plannen voor een AI-bureau
 - **2 juni:** de aanleiding scherp op tape: terugloop in boekingen, marketing en zichtbaarheid moeten beter
 - **Juni:** Social Studio v2.9.9 met voor/na-extensions, Sjakie werd Creative Director
 - **19 juli:** Meta Pixel live op haarvisie.nl, met retargeting-doelgroepen als vervolgstap. Daar is nooit vervolg aan gegeven.
 - **Juli/augustus:** blogs-fabriek, podcasts, nieuwsbrief (MailerLite en Laposta), gridmaker, blog2shorts
-

Deel 2 — Waarom het strandde (het eerlijke antwoord)

Je hebt het niet verkeerd gedaan. Je hebt alleen steeds LOSSE MACHINES gebouwd, en nooit de LOPENDE BAND ertussen.

Kijk maar: foto-generator? Staat er. Blogschrijver? Staat er. Podcastmaker? Staat er. Nieuwsbrief? Staat er. Pixel? Staat er. Dat zijn de machines van een compleet bureau.

Wat er nooit kwam, is het ding dat elke week zegt: maandag gaat deze reel naar Instagram, dinsdag deze pin naar Pinterest, woensdag dit blog live, donderdag de nieuwsbrief. Oftewel: een kalender met een motor eraan.

Drie patronen uit het archief:

1. **Elke poging stopte bij fase 2.** Fase 1 (bouwen) lukte altijd. Fase 2 (elke week draaien) kwam er nooit.
2. **Vervolgstappen sneeuwden onder.** De retargeting-doelgroepen van 19 juli zijn het duidelijkste voorbeeld.
3. **Sjakies geheugenverlies brak de continuïteit.** Jouw eigen woorden. Dat is sinds vannacht gefixt, met bewijs.

Deel 3 — Hoe anderen het nu bouwen (het onderzoek)

De wereld is sinds jouw eerste pogingen echt veranderd.

De aanpak die nu overal terugkomt bij bouwers:

1. **Een publicatiemotor als middelpunt.** De opvallendste vondst is Postiz: gratis en open source, zelf te hosten op onze eigen VPS. Het beheert 30 of meer kanalen tegelijk (Instagram, TikTok, Pinterest, YouTube, Facebook) met een kalender, en het heeft een eigen koppeling voor Claude-agents. Onze bots kunnen er dus rechtstreeks posts in klaarzetten en inplannen.
Bron: <https://postiz.com/blog/automate-social-media-claude-code-ai-agents>
2. **Vaste rollen in plaats van een superbots.** Het AI Report bouwde hun bureau precies zo, deze week nog: een verkenner die de markt afspeurt, een strateeg die kiest, een schrijver die maakt,

een criticus die er gaten in schiet. In een gedeeld kanaal waar ze elkaars werk zien.

3. De mens als eindredacteur. Niemand die dit succesvol draait laat AI direct publiceren. De agents maken de week-planning en de content, jij keurt in een paar minuten goed.

Deel 4 – Buzz: de kosten en de community-vraag

Goed nieuws: **Buzz zelf is helemaal gratis.** Open source van Block. Wat geld kost is alleen het denkwerk van de agents (AI-tegoed), en dat verbruiken onze bots nu ook al.

Zelf hosten kan ook, kost 15 tot 30 euro per maand aan server, maar de gratis versie van Block volstaat om te beginnen.

Een community in Buzz is simpelweg jouw eigen werkruimte met een eigen adres. Daarbinnen maak je kanalen waar mensen en agents als gelijkwaardige leden in zitten. Elke agent heeft een eigen ondertekende identiteit, dus je ziet altijd wie wat deed.

Het "superrealistisch met een mens praten" zit hem daarin: een agent is daar geen chatvenster, maar een collega in het groepsgesprek die meedenkt, reageert en werk oplevert.

Deel 5 – Het plan in drie stappen

Stap 1 (deze maand): de lopende band.

Postiz op onze VPS zetten en jouw kanalen koppelen.

Een vaste weekkalender: wat gaat wanneer naar welk kanaal.

De bestaande machines (foto's, blogs, captions) leveren aan.

Jij keurt een keer per week de planning goed.

Stap 2: het bureau-team.

Vier vaste rollen (verkenner, strateeg, schrijver, criticus),

in Buzz zodra jij gekoppeld bent, of gewoon via de queue zolang dat niet zo is. Zij vullen de kalender met voorstellen.

Stap 3: de meetlus.

De pixel-data en Search Console erin, plus de wekelijkse retargeting-melding. Zo stuurt het bureau op wat werkt, niet op wat leuk lijkt.

Keuzes voor Jamal

1. Zal ik Postiz op de VPS zetten en met een kanaal beginnen (bijvoorbeeld alleen Instagram) als proef?
2. De weekkalender: hoeveel posts per week per kanaal wil je als startpunt?
3. Het bureau-team: starten in de queue (werkt vandaag al) of wachten tot Buzz gekoppeld is?