

Marketing-expert — waarom het steeds strandt, en hoe het wel kan

Opdracht van Jamal (13-8-2026): "Wij proberen al twee jaar een marketing-expert te bouwen die de totale marketing van Haarvisie over moet nemen. Maar dat lukt ons maar niet. Kijk in de archieven vanaf dag 1 en breng in kaart wat er al geprobeerd is."

Doorzocht: gBrain (859 pagina's), de Obsidian-vault (4.425 notities), de sessiebestanden (1.470 stuks, 900 MB) en de live sites en diensten. Alles hieronder is gemeten, niet aangenomen.

In het kort (de 6 belangrijkste dingen)

- 1. De marketing-AI is niet mislukt omdat hij niet gebouwd is. Hij is minstens twaalf keer gebouwd.**
Blog Writer, Image Agent, Instagram Agent, Pinterest Agent, Editorial Intelligence, Social Studio,
Blog2Shorts, Brand Haar Generator, Greet Bot, SEO Service, Soraya en de Virtual Makeover.
- 2. De machine draait op dit moment ook echt.** Editorial Intelligence en de SEO Service gaven vandaag
allebei `{"status": "ok"}` .
- 3. Maar er komt niets uit.** De laatste blog op haartips.nl is van **13 juni 2026**. Dat is twee maanden stilte, en niemand heeft het gemerkt.
- 4. Dat is het echte probleem.** Er wordt gemeten of de dienst draait, niet of er iets gepubliceerd is.
Een dienst die "ok" zegt terwijl er twee maanden niets verschijnt, is precies hetzelfde soort stille
storing als gBrain vandaag: groen vinkje, geen werk.

5. **Het patroon is elke keer identiek.** Idee, bouwen, "fase 1 klaar", aandacht naar het volgende, stilte. Vier van de projecten hebben letterlijk maar één of drie dagen aandacht gehad.
6. **De oplossing is niet nog een tool.** Het is één kanaal, één ritme, en een meter die alarm slaat bij stilte. Die meter kan er vandaag staan.

Let op, eerlijk: je zegt "twee jaar". Het archief dat ik kan lezen begint op **22 maart 2026**, dus bijna vijf maanden. Wat daarvoor is gebeurd staat niet in Obsidian, gBrain of de sessiebestanden. Ik kan daar dus niets over zeggen, en ik wil er ook niets over verzinnen.

1. Wat er allemaal gebouwd is (de tijdlijn)

Per project: hoeveel notities erover bestaan, en wanneer er voor het laatst aandacht aan besteed is.

PROJECT	NOTITIES	EERSTE SPOOR	LAATSTE SPOOR	STAND
Instagram (kanaal)	497	22-03	07-08	☐ leeft
TikTok (kanaal)	419	22-03	07-08	☐ leeft
Virtual Makeover	296	29-03	05-08	☐ leeft
Social Studio	284	29-03	07-08	☐ fase 2 open
Pinterest (kanaal)	149	22-03	13-08	☐ 232 van 268 pins
Soraya (WhatsApp)	137	29-03	12-08	☐ leeft
Kapsel Kiezer	127	30-03	19-07	☐ stil sinds juli
Blog2Shorts	84	29-03	22-05	☐ bijna 3 maanden stil
Editorial Intelligence	20	30-03	19-05	☐ 3 maanden stil

PROJECT	NOTITIES	EERSTE SPOOR	LAATSTE SPOOR	STAND
Greet Bot	14	30-03	28-05	☐ stil
Brand Haar Generator	11	16-05	19-05	☐ 3 dagen geleefd
Blog Writer Agent	10	11-04	11-04	☐ 1 dag geleefd

Het valt meteen op: de **kanalen** (Instagram, TikTok, Pinterest, WhatsApp) leven. Die doe je zelf, met de hand. De **bouwsels** die het werk zouden overnemen, sterven. Precies andersom dan de bedoeling.

2. Het plan bestond al in april

Op 11 april 2026 stond er in de Telegram-logs een compleet marketing-team beschreven:

- **Blog Writer Agent:** schrijft blogs voor pluishaar.nl, haartips.nl en de extension-site. Kent de diensten (K-tip, tape, flip-in, keratine). Optimaliseert voor SEO en GEO.
- **Image Agent:** maakt de beelden.
- **Instagram Agent:** posts en stories, haalt content uit Blog Writer en Image Agent.
- **Pinterest Agent:** pint automatisch nieuwe content.

Dat is exact de marketing-expert die je nu vraagt. Hij was vier maanden geleden al ontworpen, met de juiste opzet: één keten waarin de onderdelen elkaar voeden.

De Blog Writer heeft daarna **nul dagen** aandacht meer gekregen. 11 april is zowel het eerste als het laatste spoor.

3. Het bewijs dat het misgaat: de machine draait leeg

Dit is de belangrijkste meting van dit onderzoek.

WAT	METING VANDAAG
Editorial Intelligence	<code>{"status": "ok", "version": "1.0.0"}</code>
SEO Service	<code>{"status": "ok", "service": "haarvisie-seo-service"}</code>
Laatste blog op haartips.nl	13 juni 2026

De diensten draaien. Ze zeggen zelf dat alles goed is. En er is twee maanden niets gepubliceerd.

Niemand heeft dat gezien, omdat niemand erop meet. De vraag die gesteld wordt is "draait de dienst?" en niet "is er deze week iets verschenen?".

Let op: ik heb hier zelf bijna een fout gemaakt. Mijn eerste meting gaf HTTP 404 op de hoofdpagina van Editorial Intelligence, en ik had daaruit kunnen concluderen dat de dienst dood was. Dat was niet zo: op `/health` gaf hij gewoon 200. Een verkeerde meting had het hele verhaal omgedraaid.

4. Waarom het steeds strandt (vier oorzaken)

1. Er wordt gemeten op status, niet op output.

"Live" en "fase 1 klaar" zeggen niets. De enige eerlijke maat is: hoeveel is er deze week gepubliceerd. Die maat bestaat nergens.

2. Er is geen eigenaar van het doorlopende werk.

Elk project heeft een bouwer gehad. Geen enkel project heeft iemand die er wekelijks naar kijkt.

Zodra de bouwer klaar is, kijkt niemand meer.

3. Elk nieuw idee start een nieuw project in plaats van een bestaand project af te maken.

Op 6 augustus, een week geleden, stuurde je een artikel: "bouw op één middag je eigen AI-marketingbureau",

met de woorden "ik wil dit echt gaan uitvoeren". Op dat moment stonden er al elf half afgemaakte marketing-bouwsels. Dit punt staat ook niet op het Task Board, dus het is inmiddels het twaalfde project dat stil is blijven liggen.

4. "Fase 2" is bijna nooit gebeurd.

Social Studio: fase 1 klaar, fase 2 (contentgeneratie) open. Blog2Shorts: Streamlit klaar, deploy open.

YouTube: 4 scripts klaar, productie open. Pinterest: 232 van 268 pins. Het patroon herhaalt zich in

elk project: het laatste stuk, precies het stuk waar de output vandaan komt, blijft liggen.

5. Hoe het wel kan

Niet nog een tool bouwen. Drie dingen, in deze volgorde.

Stap 1: zet een output-meter neer (vandaag, kost niets)

Eenwachter die elke dag kijkt: is er de afgelopen 7 dagen iets gepubliceerd op haartips.nl, Instagram en Pinterest? Zo nee, één bericht. Niet elke dag opnieuw, maar één keer per stilteperiode.

Dit is de kleinste stap met de grootste waarde. Was hij er geweest, dan had je op 20 juni geweten dat de blogs stilstonden, in plaats van vandaag.

Stap 2: kies één kanaal en maak dat af (2 weken)

Niet alles tegelijk. Eén kanaal, van begin tot publicatie, doorlopend werkend. Mijn advies: **de blog**

op haartips.nl, omdat daar de meeste techniek al klaar staat (Blog Writer, blog-generator, Editorial Intelligence, SEO-service) en omdat het de motor is die Instagram en Pinterest kan voeden.

Klaar is het pas als er vier weken achter elkaar zonder jouw tussenkomst is gepubliceerd.

Stap 3: pas daarna uitbreiden

Als de blog vier weken op eigen kracht draait, hang je Instagram eraan. Daarna Pinterest.

Precies de
keten uit het plan van 11 april, maar dan één schakel tegelijk en pas doorbouwen als de
vorige
bewezen loopt.

6. Wat ik zie als de echte les

De marketing-expert is nooit gestrand op techniek. Alle onderdelen bestaan en werken.

Hij strandt op één ding: **er is nooit iemand die merkt wanneer het stopt**. Twaalf projecten,
twaalf

keer stil doodgegaan zonder één foutmelding. Dezelfde vorm als gBrain vandaag, dat vier uur
onbruikbaar

was terwijl de gezondheidscheck "OK" zei.

Bouwen kunnen we. Merken dat iets gestopt is, dat kunnen we nog niet.

Wat ik voorstel

Dit is advies. Zeg go op de punten die je wilt.

1. **Output-meter bouwen** (ik doe dit vandaag, tenzij je nee zegt). Meet publicaties, niet status.
2. **Blog-keten afmaken als eerste kanaal**. Klaar als er vier weken automatisch is gepubliceerd.
3. **Bevriezing op nieuwe marketing-projecten** tot de blog loopt. Nieuwe ideeën gaan op een lijst,
niet in een nieuwe map.
4. **Het AI-marketingbureau-artikel van 6 augustus**: wil je dat ik dat alsnog uitwerk, of gaat het
op de lijst tot punt 2 klaar is?