

CHATGPT MAXIMIZER

TRAININGS PROGRAMMA

*BENUT HET VOLLE POTENTIEEL
VAN **AI** IN JOUW BEDRIJF*



**CROSSMEDIA
ACADEMY**

 **CHAT GPT**



Midjourney


OpenAI

 Claude

 DALL-E

 Gemini

 Space AI

Wallbrink Crossmedia / Crossmedia Academy

Arnhemsestraatweg 19, 6881 NB Velp

Deep research prompt versie 1.27



CROSSMEDIA
ACADEMY



Hoe deze onderzoeks-prompt te gebruiken

Deze onderzoeks-prompt is ontworpen als **standaardraamwerk** voor diepgaand onderzoek naar sectoren binnen de voedingsmiddelenindustrie. Het doel is om besluitvormers — zoals directies en CEO's — te voorzien van **onderbouwde inzichten** die helpen bij strategische keuzes.

De prompt werkt als volgt:

1. **Kies een sector en regio**

Vul in of het gaat om bijvoorbeeld de vleesindustrie, zuivel, dranken of plantaardige alternatieven, en specificeer de regio (Nederland, Benelux, Europa, wereldwijd).

2. **Werk met de tijdslijn**

Analyseer de sector in drie tijdslagen: tien jaar terug (2015), het heden (2025) en een vooruitblik naar vijf jaar later (2030). Dit zorgt voor historisch inzicht, een actuele nulmeting en een toekomstgericht scenario.

3. **Gebruik betrouwbare bronnen**

Alle inzichten moeten worden onderbouwd met feiten en cijfers uit erkende databronnen (CBS, Eurostat, FAO, Rabobank, PBL, universiteiten, NGO's). Dit maakt de analyse robuust en geloofwaardig.

4. **Doorloop de onderzoeksvragen**

Behandel de vaste thema's: marktstructuur, consumentengedrag en smaakvoorkeuren, technologische ontwikkelingen, beleid & regulering, concurrentiepositie, financiën, risico's en kansen.

5. **Scenarioplanning en strategie**

Beschrijf mogelijke toekomstscenario's (business as usual, beleidsgedreven verandering, innovatieversnelling, crisis) en leg vast wat dit betekent voor marges, investeringen en partnerships.

6. **CEO-perspectief**

Vertaal de bevindingen naar wat er écht toe doet in de boardroom: winstgevendheid, concurrentiepositie, investeringsagenda en de benodigde competenties binnen de organisatie.

7. **KPI's en dashboards**

Eindig altijd met meetbare indicatoren (zoals consumptie per capita, CO₂ per kilo product, marges, marktaandeel alternatieven) zodat de uitkomsten bruikbaar zijn voor monitoring en besluitvorming.

Strategische Onderzoeks-Prompt: Vleesindustrie in Nederland & Benelux

Tijdshorizon: 2015 → 2025 → 2030

Doel

Een onderbouwde analyse van de vleesindustrie in Nederland en de Benelux. Het onderzoek moet de CEO richting geven door:

- terugblik op de afgelopen 10 jaar,
- een nulpuntanalyse anno 2025,
- en een vooruitblik van vijf jaar.

De focus ligt op **markt, consument, smaak, technologie, beleid, concurrentie en financiën**, met harde data en betrouwbare bronnen.

1. Terugblik 2015

- **Marktstructuur:** productievolumes per diersoort, vleesconsumptie per capita, export- en importstromen.
 - **Consument:** prijs als belangrijkste factor, beperkte vraag naar vleesvervangers, eerste signalen rond duurzaamheid.
 - **Beleid:** EU- en nationale regels voor dierwelzijn, stikstof, voedselveiligheid.
 - **Technologie:** basisautomatisering, nauwelijks digital twins of AI.
 - **Bronnen:** CBS, Statbel, Eurostat, FAO, Wageningen UR.
-

2. Huidige situatie 2025

- **Consumptie & reductie:** daling vleesconsumptie per hoofd, groei flexitarisme en plantaardige alternatieven.
- **Beleid:** invoering van EUDR (ontbossingsvrije ketens), CSRD (duurzaamheidsrapportage), PPWR (verpakkingseisen).
- **Technologie:** AI-vision, digital twins, traceerbaarheid (EPCIS 2.0), zero waste-oplossingen.
- **Consument & smaak:** smaak blijft doorslaggevend; alternatieven worden beoordeeld op beleving.
- **Economie:** kostenstijging door voer, energie, arbeid en duurzaamheidseisen; marges onder druk.
- **Bronnen:** Wageningen UR, ILVO, Rabobank Food & Agribusiness, GfK, Nielsen.

3. Vooruitblik 2030

- **Trends:**
 - beleid gericht op reductie vleesconsumptie (vleestaks, campagnes),
 - doorbraak kweekvlees en high-tech plantaardige alternatieven,
 - consumenten vragen volledige transparantie (CO₂-label, dierenwelzijn).
- **Risico's:** strengere wetgeving, reputatieschade, hogere productiekosten, exportpositie onder druk.
- **Kansen:** premiumsegmenten (smaak, beleving), verduurzaming als concurrentievoordeel, zero waste supply chains, verticalisatie.
- **Bronnen:** Europese Commissie (Farm to Fork, Green Deal), PBL, WRR, NGO-rapporten.

4. Scenarioplanning (voor CEO)

1. **Business as usual:** lichte reductie, vlees blijft kernproduct.
2. **Beleidsgedreven reductie:** forse daling consumptie door campagnes/heffingen.
3. **Innovatieversnelling:** kweekvlees en alternatieve eiwitten nemen fors marktaandeel.
4. **Crisis-scenario:** dierziekte of voedselveiligheidsschandaal versnelt gedragsverandering.

Elke scenario-analyse moet kwantitatief onderbouwd worden met consumptiecijfers, CO₂-uitstoot, kostenstructuren en marges.

5. Strategische kernvragen

- Hoe ontwikkelen consumptie en productie (kg per capita, volumes) van 2015–2025–2030?
- Welke productsegmenten blijven economisch levensvatbaar?
- Hoe kan smaakinnovatie worden ingezet om consumenten te behouden?
- Welke compliance-kaders (EUDR, CSRD, PPWR) zijn kritieke randvoorwaarden en waar liggen de kansen?
- Welke scenario's vereisen nú al investeringen of strategische partnerships?

6. Extra aandachtspunten vanuit CEO-perspectief

- **Financiën:** impact op marges, investeringen, ROI van productielijnen.
- **Concurrentie:** vergelijking Benelux met Duitsland, Frankrijk, Oost-Europa; risico op prijsconcurrentie.

- **Risico's:** beleid, reputatie, dierziekten, geopolitiek.
 - **Investeringsagenda:** onderscheid tussen “license to operate” (traceerbaarheid, zero waste) en “license to grow” (kweekvlees, AI, smaakengineering).
 - **Organisatie:** gevolgen voor werkgelegenheid, benodigde competenties (data-analyse, technologie, marketing).
-

7. Bronnen en meetpunten

- **Statistieken:** CBS, Statbel, Eurostat, FAO.
- **Onderzoek:** Wageningen UR, ILVO, universiteiten.
- **Sectorrapporten:** Rabobank Food & Agribusiness, PBL, WRR.
- **Marktdata:** Nielsen, GfK, Ipsos.
- **NGO's:** Greenpeace, Wakker Dier, ProVeg.
- **KPI's:** consumptie per capita (kg), CO₂ per kilo vlees, aandeel alternatieve eiwitten, exportvolumes, marges.

2. Fill-in-the-blanks versie (generiek voor voedingsmiddelenindustrie)

Strategische Onderzoeks-Prompt

Sector: [VOEDINGSMIDDELENSector]

Regio: [REGIO]

Tijdshorizon: 2015 → 2025 → 2030

Doel

Een onderbouwde analyse van de [VOEDINGSMIDDELENSector] in [REGIO]. Het onderzoek moet richting geven aan strategische keuzes door:

- terugblik op de afgelopen 10 jaar,
- een nulpuntanalyse anno 2025,
- en een vooruitblik naar 2030.

Focus: **markt, consument, smaak/voorkeur, technologie, beleid, concurrentie en financiën**, onderbouwd met feiten en cijfers uit betrouwbare bronnen.

1. Terugblik 2015

- **Marktstructuur:** productievolumes, consumptie per capita, export/import.
- **Consument:** belangrijkste drijfveren (prijs, smaak, gezondheid, duurzaamheid).
- **Beleid:** relevante EU- en nationale regels.
- **Technologie:** stand van innovatie in de sector.
- **Bronnen:** [RELEVANTE STATISTISCHE BRONNEN].

2. Huidige situatie 2025

- **Consumptie:** huidige consumptie per capita, trends en verschuivingen.
- **Beleid:** actuele wet- en regelgeving ([NOEM RELEVANTE BELEIDSKADERS]).
- **Technologie:** huidige innovaties (AI, digitalisering, verduurzamingstechnieken).
- **Consument & voorkeur:** rol van smaak, gezondheid, gemak of duurzaamheid.
- **Economie:** kostenstructuren, marges, prijsdruk.
- **Bronnen:** [ONDERZOEK, CONSULTANCY, MARKTDATA].

3. Vooruitblik 2030

- **Trends:** beleidsdruk, innovaties, consumentengedrag, duurzaamheid.
- **Risico's:** regelgeving, reputatie, concurrentie, geopolitiek.
- **Kansen:** nieuwe segmenten, technologieën, verduurzaming.

- **Bronnen:** [EU, PBL, WRR, SECTORRAPPORTEN].

4. Scenarioplanning

1. **Business as usual:** [VUL IN].
2. **Beleidsgedreven reductie/groei:** [VUL IN].
3. **Innovatieversnelling:** [VUL IN].
4. **Crisis-scenario:** [VUL IN].

5. Strategische kernvragen

- Hoe ontwikkelen consumptie en productie (kg/volumes)?
- Welke segmenten blijven winstgevend?
- Welke rol speelt smaak/voorkeur bij groei of reductie?
- Welke compliance-kaders zijn kritieke randvoorwaarden?
- Welke investeringen of partnerships zijn nú nodig?

6. CEO-perspectief

- **Financiën:** marges, ROI, investeringsbehoefte.
- **Concurrentie:** vergelijking met [REGIO/INTERNATIONAAL].
- **Risico's:** beleid, reputatie, operationeel.
- **Investeringsagenda:** onderscheid tussen “license to operate” en “license to grow”.
- **Organisatie:** benodigde competenties.

7. Bronnen & KPI's

- **Statistieken:** [CBS/Eurostat/FAO etc.].
- **Onderzoek:** [RELEVANTE UNIVERSITEITEN/INSTITUTEN].
- **Marktdata:** [Nielsen/GfK/Ipsos etc.].
- **Sectorrapporten:** [CONSULTANCY/NGO's].
- **KPI's:** consumptie per capita, CO₂ per kilo product, marges, exportvolumes, marktaandeel alternatieven.



**CROSSMEDIA
ACADEMY**

Wallbrink Crossmedia / Crossmedia Academy
Arnhemsestraatweg 19, 6881 NB Velp
Tel. 026-8405644 · info@crossmediaacademy.nl
www.crossmediaacademy.nl

