

01 Krijg H³ goedgekeurd *binnen uw organisatie.*

Een draaiboek voor wie het AI-adoptieprobleem ziet, maar niet over het budget beschikt. Deze kit vertelt u wat u leest voor u pitcht, wat u zegt tijdens de pitch, wat u nastuurt als men meer wil weten, en hoe u binnen uw organisatie een Sponsor vindt die het ook echt kan dragen.

EEN WOORD OVER TRANSPARANTIE

Deze kit is geschreven voor de Champion. Bent u de executive aan wie gepitcht wordt en vond u dit op de publieke site, dan bent u welkom om mee te lezen. Het standpunt van H³ is dat u ook moet kunnen zien hoe we u proberen te overtuigen. Het materiaal dat specifiek voor executives bedoeld is, zijn de cyclus-one-pager en de Executive Folder, beide onderaan deze pagina gelinkt.

Wat H³ is, in één adem

Een herhaalbaar ritme dat verspreide AI-experimenten binnen een organisatie omzet in adoptie die standhoudt en in resultaten die u kunt meten. Eén cyclus combineert facilitatie op locatie (Harvest, Hack, Harness) met maandenlang werk van de eigenaars tijdens de Gap. De volgende cyclus start op zichtbaar bewijs uit de vorige. **Cyclus 2 gaat alleen door als Cyclus 1 beweging opleverde die u kunt zien.**

Waar de Sponsor zich toe verbindt

Weet, voor u pitcht, waar u eigenlijk om vraagt. De Sponsor verbindt zich tot vier dingen:

- 01 **Mee voorbereiden in de weken ervoor.** Een intake invullen. Mee een shortlist opstellen van mogelijke eigenaars. Het leiderschap briefen.
- 02 **Cyclus 1 financieren, daarna beslissen op bewijs.** Eén vaste prijs. Cyclus 2 gaat alleen door als Cyclus 1 zichtbare beweging opleverde op een statuspagina.
- 03 **Live rugdekking geven, beslissing per beslissing.** Voor elke beslissing om nu in te voeren, ter plekke in de zaal. Procurement, security, tijd, budget.
- 04 **Twee keer aanwezig zijn.** De openingskring op dag 1 en de volledige Harness-sessie. Bewust afwezig daartussen, zodat de zaal eerlijk kan zijn.

Kan of wil uw kandidaat-Sponsor deze vier dingen niet, dan redt geen enkele slimme pitch Cyclus 1. Kies een andere Sponsor. Pagina 2 helpt u dat na te gaan voor u pitcht.

Verdiepende documenten om bij te voegen of door te sturen

Cyclus-one-pager · wat H³ is, op één pagina harvesthackharness.ai/h3-cycle-one-pager.nl.pdf

Executive Folder · het verkoopverhaal van 5 pagina's voor Sponsors harvesthackharness.ai/h3-executive-folder.nl.pdf

Sponsor-zelftest · de zelfcheck van 5 minuten, verstuurd voor de boeking harvesthackharness.ai/h3-sponsor-self-qualifier.nl.pdf

Rekenmodule AI-adoptietaks · bereken wat stilstaan u nu al kost, in uw eigen cijfers harvesthackharness.ai/nl/ai-adoption-tax

02 Voordat u pitcht, *scoort u uw kandidaat-Sponsor.*

Alle drie de voorwaarden moeten Ja zijn opdat een Sponsor zou slagen met H³. Staat er ergens Nee, kies dan een andere Sponsor voordat u de e-mail opstelt. Staat er ergens Misschien, dan blijft de pitch mogelijk maar riskanter; wees in de e-mail eerlijk over de voorwaarde die u signaleert.

KANDIDAAT-SPONSOR

Naam

Rol

DE DRIE VOORWAARDEN

01 Beslissingsbevoegdheid. Kan deze persoon Cyclus 1 financieren binnen het lopende kwartaal, zonder formele aankoopprocedure?

☐ Ja (eigen bevoegdheid)

☐ Misschien (een knik van één collega of een stil akkoord van de raad van bestuur volstaat)

☐ Nee (formele aankoopprocedure of goedkeuring door de raad van bestuur vereist)

02 Rugdekking. Wanneer een eigenaar ter plekke hulp nodig heeft bij aankoop, een versnelde securitygoedkeuring, tijd of budget tijdens de on-site of de Gap, kan deze persoon dat dan ook echt deblokken?

☐ Ja (die beslissingen mag deze persoon vandaag zelf nemen)

☐ Misschien (in de meeste gevallen wel, enkele vragen een tweede gesprek)

☐ Nee (elke beslissing om nu in te voeren moet hogerop geëscaleerd worden)

03 Operationeel bereik. Rapporteren de mensen die aan Cyclus 1 zouden deelnemen aan deze persoon, rechtstreeks of twee niveaus lager?

☐ Ja (de groep werkt voor deze persoon)

☐ Misschien (ongeveer de helft)

☐ Nee (andere organisatie, andere Sponsor nodig)

ANKER VOOR DE PITCH

Met welke concrete, recente pijn opent u de e-mail? Eén zin in de taal van uw Sponsor.

Voorbeelden die werken: "De Copilot-pilot die we vorige week bespraken: zes teams schreven zich in, twee gebruiken hem nog." "De off-site van maart die engagementen opleverde waar niemand eigenaar van is." "De vraag van de raad van bestuur over AI, drie weken geleden, waar niemand een sluitend antwoord op heeft."

BESLISREGEL

ALLE DRIE JA Ga verder met het pitchkader op pagina 3.

EÉN MISSCHIEN De pitch is mogelijk. Benoem de zwakke voorwaarde in de laatste alinea van de e-mail in plaats van ze te verbergen.

TWEE OF MEER MISSCHIENS / EEN NEE Kies een andere kandidaat-Sponsor. Dit werkblad voor een tweede naam invullen is goedkoper dan een mislukte pitch rechtzetten.

03 Hoe u H³ laat landen bij een directielid dat *AI-wildgroei* ziet.

De versie van H³ die er op dit moment toe doet voor uw Sponsor. Gebruik deze hooks. Merk op waarom de woorden in het tweede blok doorgaans niet aankomen. Begin bij hun pijn, niet bij de mechaniek.

HOOKS DIE AANKOMEN

- **"Het is een ritme, geen project."** Cycli, geen roadmaps. De drie dagen op locatie zijn het zichtbare deel; het werk van de eigenaars tussen de cycli is waar de resultaten ontstaan.
- **"Cyclus 2 gaat alleen door als Cyclus 1 zichtbare beweging heeft opgeleverd."** De Sponsor koopt geen meerjarige verbintenis. Er wordt één cyclus gefinancierd. Gefinancierd op bewijs.
- **"Eigenaars stappen in de zaal naar voren."** Adoptie overleeft de dagen op locatie omdat iemand zichtbaar eigenaar is van elke beslissing, op een statuspagina die iedereen kan zien, drie tot zes maanden lang.
- **"Er is één Statuspagina. De Sponsor ziet die in alle openheid groeien, of stilvallen."** Vervangt de strategiedeck.

TAAL DIE NIET MEER AANKOMT

"Maturiteitsmodel", "AI-strategieroadmap", "transformatieprogramma", "een centre of excellence als eindbestemming", "innovatieframework", "thought leadership", "AI-dag", "ambitie bepalen". Al deze woorden verwijzen naar categorieën waar H³ structureel van verschilt. Uw Sponsor heeft ze allemaal gehoord en heeft gezien hoe ze slides opleverden; de woorden dragen niet meer het gewicht dat ze ooit hadden.

WAARMEE U NIET BEGINT

- **Begin niet met de mechaniek.** "Open Space plus hackathon plus statuspagina" verliest een directielid in acht seconden. Begin met de pijn van het directielid: pilots die na de demo doodbloeden, zes teams die elk hun eigen AI-tooling gebruiken en op de persoonlijke kredietkaart zetten, dezelfde drie blockers op de volgende stuurgroep.
- **Begin niet met de consultant.** Begin met de cyclus. De Sponsor koopt het ritme, niet de Facilitator.
- **Verkoop Cyclus 1 niet te hard.** Beloof geen specifieke ROI. De dealvorm van H³ is "financier één cyclus, beslis op basis van bewijs". Een cijfer beloven ondermijnt die dealvorm en uw eigen geloofwaardigheid.

04 Waar uw Sponsor H³ mentaal *mee vergelijkt*.

Uw Sponsor heeft er de voorbije twaalf maanden twee of drie van gepitcht gekregen. Wanneer die tegenwerpingen maakt bij H³, verdedigt die meestal één van deze vier. Weet u welke, dan hebt u een antwoord.

01 Transformatieprogramma van een groot consultancyhuis (McKinsey, BCG, Bain, Accenture, Deloitte, EY, of om het even welk ander).

WAT HET BIEDT	Benchmarks over sectoren heen die de organisatie anders nooit te zien krijgt. Een horizontale strategische blik over veel delen van het bedrijf tegelijk. Een senior team dat meerdere workstreams parallel in beweging krijgt. Geruststelling voor de raad van bestuur door de naam op de deur ("we hebben [kantoor] hierop gezet"), wat voor sommige Sponsors een echt product is, ook al geeft niemand het toe; als die legitimiteit is wat ze eigenlijk kopen, mag u dat gerust hardop benoemen.
WAAR DE VORM VAN HET WERK BOTST MET H ³	Consultancyopdrachten zijn opgezet als één grote weddenschap, eigendom van de consultant, gefinancierd per mijlpaal over een SOW van 9 tot 18 maanden. H ³ is opgezet als kleine weddenschappen, eigendom van de Sponsor, gefinancierd op basis van bewijs, cyclus per cyclus. Twee verschillende adoptietheorieën: de consultancytheorie zegt "ontwerp de juiste strategie en geef ze door aan de organisatie". De H ³ -theorie zegt "strategie ontstaat uit adoptie door een eigenaar, die cyclus na cyclus aangroeit". Beide leveren slides op. Slechts één blijft beweging opleveren nadat de consultants vertrokken zijn.
POSITIE VAN H ³	Koopt uw Sponsor legitimiteit richting de raad van bestuur en een horizontale strategische blik, dan is het consultancyhuis de juiste keuze en zet u H ³ daar beter niet tegenover. Koopt uw Sponsor adoptie die aangroeit binnen de operationele units, dan is de vorm van het werk anders en is H ³ de juiste keuze. De vraag die u aan uw Sponsor terugstelt, is: "Welke van die twee koopt u eigenlijk?"

02 Intern AI centre of excellence (of AI Office, AI Lab, AI Practice, Centre for AI Capability).

WAT HET BIEDT	Een echte ruggengraat voor AI-capaciteit: gedeelde standaarden, slagkracht in vendor management, governance, een plek om diepgaande expertise op te bouwen, een duidelijke eigenaar voor de AI-portefeuille. CoEs die werken zijn waardevol, en de mensen die er werken behoren meestal tot de scherpste van de organisatie.
WAAR DE WRIJVING OPDUIKT	De overdracht van een CoE naar de operationele units is waar AI-adoptie het vaakst vastloopt. De CoE toont in een pilot aan dat een capaciteit werkt; de operationele teams maken ze zich nooit helemaal eigen, omdat het werk om ze in hun dagelijkse praktijk te laten landen geen eigenaar heeft, en het mandaat van de CoE reikt doorgaans niet tot in de agenda's van andere teams. Dat is structureel, geen tekortkoming van de CoE; het duikt zelfs in de sterkste centra op, omdat de opdracht van de CoE capaciteit is, geen adoptie.
POSITIE VAN H ³	Complementair, geen alternatief. H ³ levert het ritme van de eigenaar dat door de CoE gevalideerde capaciteit omzet in adoptie in de operationele units. In de praktijk zijn medewerkers van de CoE vaak de sterkste kandidaat-Coaches (want de AI-expertise is de hunne), zijn Participants uit de operationele units vaak de sterkste eigenaars (want het operationele werk is het hunne), en is de CoE-lead vaak de juiste co-Sponsor naast de operationele executive. De sterkste versie is de CoE als ruggengraat voor capaciteit, H³ als de cyclus die ze laat landen.

03 Uitrol van tools onder leiding van de leverancier (Copilot voor iedereen, een licentiepool voor Cursor, Glean over de hele organisatie, enterprise-uitrol van [leverancier]).

WAT HET BIEDT	Concrete capaciteit die in de organisatie landt. Ondersteuning van de leverancier, opleidingsmateriaal, goed beproefde uitrolpatronen, een duidelijke beslissingseenheid ("we nemen licenties op X voor Y teams"). Moderne AI-tools zijn echt nuttig en de leveranciers erachter nemen ondersteuning bij adoptie doorgaans ernstig; dat is reële waarde.
WAAR DE WRIJVING OPDUIKT	Een tool bereikt de organisatie via een licentieovereenkomst; het werk bereikt hij via duizend kleine adoptiebeslissingen binnen operationele teams. Dat tweede deel is waar uitrollen het vaakst vastlopen: de tool wordt gekocht, een handvol teams pikt hem op, de meeste niet, en zes maanden later is het gebruik geconcentreerd bij dezelfde teams die hem ook op eigen houtje gevonden zouden hebben. Dat is structureel, geen tekortkoming van de leverancier; zelfs de sterkste tools lopen ertegenaan.
POSITIE VAN H ³	Complementair, geen alternatief. H ³ vervangt de uitrol van tools niet; het levert de cyclus rond de eigenaar die een licentie omzet in echte adoptie binnen operationele teams. In de praktijk zijn de leverancier van de tool en het interne uitrolteam vaak de sterkste bijdragers op de Hack-dag, en is de uitrolverantwoordelijke vaak de juiste co-Sponsor of partner van de eigenaar. De sterkste versie is de uitrol door de leverancier als ondergrond, H³ als het ritme dat ze laat landen.

04 Status quo + ad-hocopleidingen.

IN ÉÉN ZIN	Goedkoop, weinig wrijving, geen politiek risico. Levert niets meetbaars op; dezelfde pilots, dezelfde reviewcycli, zes maanden later. Als uw Sponsor er gerust in is om nog een jaar te wachten op adoptie die niet aangroeit, is dit de goedkoopste optie. H³ is voor leidinggevend die de situatie hebben ingeschat en beslist hebben dat ze dat niet kunnen.
------------	---

05 De *kant-en-klare e-mail*.

Pas de eerste paragraaf aan zodat ze klinkt zoals u echt met uw Sponsor praat. Laat de rest niet als een sjabloon overkomen. Kies één onderwerpregel, plak de tekst, voeg de PDF van de Executive Folder toe, verstuur.

EEN WOORDJE VOOR DE CHAMPION

Als uw Sponsor nieuwsgierig genoeg is om deze kit zelf te downloaden, ziet die dit sjabloon woordelijk terug. Personaliseer de eerste en de laatste paragraaf voldoende, zodat wat u verstuurt als uzelf leest en niet als een plakwerk. De middelste paragrafen zijn geschreven om ongewijzigd over te nemen; ze leggen H³ correct uit, en uw Sponsor die ze twee keer leest (één keer in uw e-mail, één keer in de kit) wordt daardoor net sterker overtuigd.

VARIANTEN VOOR DE ONDERWERPREGEL (KIES ER ÉÉN)

- Experimenteren met AI gebeurt overal. Adoptie niet. 30 minuten waard.
- Een andere aanpak voor AI-adoptie die niet eindigt in weer een deck
- Dit wil ik u meegeven vóór [de raad van bestuur / de kwartaalreview / de volgende stuurgroep]

Dag [NAAM SPONSOR],

[PAS DEZE PARAGRAAF AAN. Eén of twee zinnen in uw eigen woorden die aanknopen bij iets concreets dat u allebei recent hebt gezien. Voorbeeld: "Na onze review vorige week over waar de Copilot-pilot wél en niet is geland, ben ik gaan kijken wat andere organisaties doen met net dat soort probleem."]

Wat ik vond, heet H³ ("Harvest, Hack, Harness"). Het is een herhaalbare cyclus voor AI-adoptie: drie dagen op locatie waarin de mensen die AI echt in hun werk gebruiken naar boven halen wat werkt en beslissen wat ze overnemen of stopzetten, gevolgd door drie tot zes maanden waarin eigenaars die beslissingen doorvoeren in de gehele organisatie, met u als rugdekking. De volgende cyclus start op zichtbaar bewijs. **Cyclus 2 gaat alleen door als Cyclus 1 beweging oplevert die u kunt zien, op een statuspagina die iedereen volgt.**

Het verwerpt de aanpakken die we al geprobeerd hebben (maturiteitsmodellen, off-sites, meerjarige roadmaps), en het zet de Sponsor in tegen het werk: één vaste prijs voor Cyclus 1, geen Cyclus 2 tenzij het bewijs er is.

Twee documenten in bijlage of via een link:

Overzicht van 1 pagina: harvesthackharness.ai/h3-cycle-one-pager.nl.pdf

Executive Folder van 5 pagina's: harvesthackharness.ai/h3-executive-folder.nl.pdf

Als het aanslaat, is de volgende stap vijf minuten met de self-qualifier (harvesthackharness.ai/h3-sponsor-self-qualifier.nl.pdf), en daarna een kennismakingsgesprek van 30 minuten. Het eerlijke antwoord kan ook "dit kwartaal niet" zijn, en dat is evengoed een zuivere uitkomst.

[UW NAAM]

06 Tactieken voor *de Champion*.

Wat u doet voor, tijdens en na de pitch. De helft hiervan gaat over het lezen van de politieke situatie, niet over pitchtechniek. Lees ze allemaal één keer door voor u de e-mail opstelt.

DE JUISTE SPONSOR KIEZEN

De juiste Sponsor heeft **zowel** tekenbevoegdheid **als** de mogelijkheid om rugdekking te geven. In de meeste organisaties zijn er leidinggevend met het ene, maar niet met het andere. Ga na: bevoegdheid (kunnen ze Cyclus 1 binnen hun huidige kwartaal financieren zonder aankoopprocedure?), rugdekking (wanneer een eigenaar ter plekke hulp nodig heeft bij aankoop, een security fast-track, tijd of budget, kunnen ze dat dan echt deblokken?), en operationeel bereik (werken de mensen die aan Cyclus 1 zouden deelnemen voor hen, rechtstreeks of twee niveaus lager?). Signalen dat het niet klopt: een "innovation lead" zonder operationeel team, een "AI champion" zonder budget, een CTO wiens mandaat beperkt blijft tot read-only architectuur, een COO die AI volledig delegeert. Geen van deze rollen is slecht; ze zijn simpelweg niet de rol waarop H³ steunt voor zijn eerste cyclus.

DE TIMING VAN DE PITCH

- **Na een vastgelopen pilot.** Vlak na een review van Copilot/Cursor/wat dan ook waar het antwoord was "we weten niet wat we hiermee moeten": maximale ontvankelijkheid.
- **Voor de volgende budgetronde.** Cyclus 1 moet in het budget landen; pitchen tijdens de afsluiting van Q4 is te laat.
- **Nadat AI op de agenda van de raad van bestuur staat.** Wanneer uw Sponsor door de raad de vraag heeft gekregen "wat doen we aan AI?", hebben ze een antwoord nodig. H³ is een antwoord.
- **Vermijd:** midden in een reorganisatie, meteen na een ontslagronde, twee weken voor het verlof, de dag dat een concurrent iets spectaculairs aankondigt.

TEGENWERPINGEN EN ANTWOORDEN IN ÉÉN ZIN

"We hebben zoiets al geprobeerd." → Andere aanpak. Op basis van cycli, met eigenaars en een Statuspagina. 30 minuten waard om te zien of dat verschil uitmaakt.

"Geen budget voor nieuwe initiatieven." → Cyclus 1 heeft één vaste prijs. Cyclus 2 gaat alleen door als Cyclus 1 beweging heeft opgeleverd. De inzet blijft klein.

"Stuur me een deck." → Er is geen deck. Er is een Executive Folder van 5 pagina's die ik heb doorgestuurd. 5 minuten waard.

"Laat me erover nadenken." → Neem 5 minuten voor de zelfevaluatie. Het eerlijke antwoord kan "dit kwartaal niet" zijn, en dat is prima.

"Verkeerd kwartaal." → Eerst de zelfevaluatie. Als de voorwaarden er zijn, is het gesprek de moeite waard, ongeacht het kwartaal.

ALS DE VOOR DE HAND LIGGENDE SPONSOR DE VERKEERDE IS

- Ga via een collega op hetzelfde niveau met operationeel bereik (de COO als uw CTO read-only is).
- Werf een tweede Champion op hun niveau, zodat de Sponsor van twee kanten over H³ hoort.
- Leg het opzij. De verkeerde Sponsor kan niet slagen met H³, hoe goed u ook pitcht. Een aarzelend ja dat Cyclus 1 doet stranden, verbrandt de relatie.

WANNEER U MOET STOPPEN MET AANDRINGEN

Een Sponsor die pas ja zegt na druk, zal geen echte rugdekking geven op het moment dat het hen iets kost. Hun aarzelende ja levert een vastgelopen Cyclus 1 op en een Sponsor die het framework de schuld geeft. **Beter resultaat: een duidelijk nee, en volgend kwartaal terugkomen wanneer de voorwaarden er wel zijn.**

07 Wat u doet *zodra de Sponsor ja zegt.*

Uw rol verschuift van pleitbezorger naar Facilitator. Zes dingen om te doen in de eerste maand, plus één doorlopende verbintenis gedurende de Gap.

De eerste maand

- 01 **Leg het contact.** Verstuur de agenda-uitnodiging voor het kennismakingsgesprek. Stuur de link naar de zelfevaluatie door aan uw Sponsor, zodat die de zelfcheck van vijf minuten aflegt vóór het gesprek.
- 02 **Blijf zelf weg uit het kennismakingsgesprek.** Het gesprek werkt het best als een rechtstreekse conversatie tussen uw Sponsor en de H³ Facilitator. Uw aanwezigheid zou het gesprek doen kantelen naar het verantwoorden van de introductie in plaats van een eerlijke inschatting van de match, en dat is precies het tegenovergestelde van wat beide partijen nodig hebben.
- 03 **Houd de agenda vrij.** Cyclus 1 neemt ongeveer twintig dagen in beslag van begin tot eind, inclusief de drie kalenderdagen op locatie, het voorbereidend werk en de afronding. Help uw Sponsor om de juiste drie dagen tijdig te blokkeren, voordat iets anders die plaats inneemt.
- 04 **Help de mogelijke eigenaars op een shortlist te zetten.** Het intakeformulier vraagt de Sponsor om mensen op te lijsten die waarschijnlijk als eigenaar zullen opstaan. U kent de mensen wellicht beter dan de Sponsor zelf. Stel die lijst samen op.
- 05 **Breng de juiste collega's op de hoogte vóór de sessie op locatie.** Een bericht van twee regels aan iedereen in de groep: "Ik heb dit mee helpen organiseren. Het gaat om drie kalenderdagen plus opvolging; dit is waarom het anders is. Geen voorbereiding nodig." Dat haalt de drempel weg.
- 06 **Blijf zichtbaar tijdens de sessie op locatie, aanwezig op de achtergrond tijdens de Gap.** U neemt deel aan Cyclus 1 als Participant, niet als eigenaar van elke beslissing. Eigenaars moeten zich in de zaal zelf melden; u kunt hen niet aanduiden. Na de sessie op locatie is uw taak aanwezigheid, geen mede-eigenaarschap.

Doorlopend, gedurende de Gap van drie tot zes maanden

Plan elke maand een check-in van 15 minuten met uw Sponsor. Cyclus 1 mislukt wanneer de aandacht van de Sponsor in maand drie of vier naar het volgende onderwerp verschuift. Uw maandelijks check-in is één zin en één slide: "Dit is waar de statuspagina staat. Drie engagementen hebben deze maand uw rugdekking nodig, en één eigenaar zit vast."

Als de Sponsor niet meer op die check-ins verschijnt, loopt Cyclus 2 gevaar. Dat is uw signaal om intern te escaleren: hebben we de juiste Sponsor gekozen? Het loont om het werkblad op pagina 2 opnieuw te lezen.

HET VERDIEPENDE MATERIAAL, IN DE VOLGORDE WAARIN UW SPONSOR HET ZAL LEZEN

- Zelfcheck van vijf minuten voor de beslissing: harvesthackharness.ai/h3-sponsor-self-qualifier.nl.pdf
- Overzicht op één pagina: harvesthackharness.ai/h3-cycle-one-pager.nl.pdf
- Executive Folder van vijf pagina's: harvesthackharness.ai/h3-executive-folder.nl.pdf

De volgende stap zodra het werkblad op pagina 2 louter ja's oplevert: de e-mail op pagina 5.