

# Strategisch & technisch coaching traject: “Hoe starten met AI in marketing?”

*Hieronder staat een lijst met topics en vragen die we willen opnemen in het draaiboek. Dit betreft ‘work in progress’. Jullie kunnen expertise binnen één of meerdere domeinen inbrengen. Suggesties voor aanpassingen/toevoegingen zijn welkom!*

## 1. Doelstelling/bedrijfsstrategie en doelstellingen

- *Wat zijn bedrijfs- en marketingdoelstellingen?*
- *Wie is het doelpubliek?*
- *Hoe kan data helpen om de vooropgestelde doelstellingen te bereiken?*
  - *alledaagse voorspelbare en repetitieve taken automatiseren*
  - *voorspellingen van gedrag of veranderingen*
  - *(terugkerende) patronen detecteren*
  - *gepersonaliseerde content aanbieden*
  - *grote hoeveelheid data makkelijk/beter interpreteren*
- *Wat is de toegevoegde waarde voor het bedrijf/eindgebruiker?*
  - *essentieel voor de digitale transformatie en innovatie*
  - *completer beeld krijgen van de aanwezige data*
  - *nog meer personalisatie, op maat van de eindgebruiker*
  - *waarde voor vrijwel iedere sector*
  - *snellere en betere (management) beslissingen nemen*
  - *concurrentievoordeel*
  - *helpt bij de ondersteuning van diagnoses of ter bevestigingen van een “buikgevoel”*
  - *suggesties doen o.b.v. eerder aankopen of interesses (clickgedrag online)*

## 2. Bedrijfs- en datacultuur

### 2.1 Visie op data

- *Wat is de mindset van het bedrijf omtrent data?*
- *Hoe belangrijk is data voor bedrijven op KT/LT?*
- *In hoeverre is “the sense of urgency” al doorgedrongen bij de Vlaamse KMO?*
- *Wat is de bereidheid om te investeren in data gerelateerde projecten?*
- *Wat kan AI/data betekenen voor een KMO?*

### 2.2 Expertise

- *Inhouse vs uitbesteden? Hoe een externe partner kiezen (criteria)?*
- *Juiste mensen aanwezig met correcte competenties/vaardigheden (technologisch, analytisch,..)*
- *Is er een cross-functioneel team?*

### 2.3 Rollen en verantwoordelijkheden

- *Wie bewaakt de data en de correctheid ervan?*

### **3. Datamaturiteit**

#### **3.1 Data verzamelen**

- Welk soort data heb je nodig? (is anonieme data voldoende?)
- Welke data is al aanwezig?
- Verschil tussen interne en externe data?
- Hoe verzamel je data op een correcte manier?
- Welke data nodig om inzichten te verwerven?

#### **3.2 Data bewaren**

- Hoe data invullen en bijhouden op een correcte manier?
  - rekening houden met GDPR wetgeving
    - => wie is data controller?
    - => transparantie naar eindgebruiker over het bijhouden van data
  - niet lang bijhouden dan noodzakelijk
- Hoe omgaan met gevoelige en ongevoelige data?
- Waar data opslaan? (cloud, on premise, welk systeem, belang centralisatie = connecteren)
- Hoe data structureren, normalisatie?

#### **3.3 Data kwaliteit**

- Is de data up-to-date?
- Moet er data opgekuist worden?
- Is de data zo duidelijk, compleet, actueel mogelijk?
- Open tekstvakken vervangen door verplichte velden/categorieën?

#### **3.4 Data analyse**

- Vanaf welke data maturiteit beginnen automatiseren (ifv personalisatie)? (juiste data, kwalitatief en gestructureerd aanwezig)?
- Analyse technieken (basis (wiskundige statistieken, RFM analyse, google analytics, mailchimp, sociale media, data visualisatie) / gevorderd verbanden zoeken, voorspellingen doen (gebaseerd op ML))

### **4. Resultaat en hoe het resultaat inzetten voor marketingacties?**

- Learnings uit data halen
- Aangepaste marketing tactieken
- Acties analyseren (zie 3.4)
- Eventuele aanpassingen (stap 3 herhalen)

### **5. Conclusies/uitdagingen voor de toekomst/key take aways?**

- Data zo optimaal en juist (gestructureerd, gelabeld, gecentraliseerd) mogelijk gebruiken?
- Nog sneller en nog meer gepersonaliseerd?
- Op ethisch vlak vertrouwen winnen van de klant?
- Creatief omgaan met AI?