



Wegwijs in Artificiële Intelligentie
voor Marketingdoeleinden

met steun van

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



Vlaanderen
is ondernemen

ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE IN MARKETING: OOK VOOR DE KMO

Watt The Firms
Nieuwewandeling 62 - Gent
Donderdag 17 februari 2022
vanaf 14u30

Een onderzoeksproject van **Odisee**
DE CO-HOGESCHOOL



Bedrijfskunde - CenSE

- Saskia Vanden Eede
- Lennerd Kevelaerts

Technologie - UCE

- Katja Verbeeck
- Thomas Van den Bossche



Bedrijfskunde – CenSE: Center for Sustainable Entrepreneurship

www.odicense.be – Bart Henssen

4 speerpunten

1. Duurzame bedrijfsvoering
2. Digitalisering en circulaire economie
3. Competenties van de toekomst
4. Socio-economische duurzaamheid



Technologie – UCE: User Centered Electronics & ICT

www.uce-odisee.be – Stefanie Beghein

User Experience Living Lab

3 Speerpunten

1. User centered Research & web & mobile
Davy De Winne, Rutger Dewilde
2. Intelligente software & data science
Katja Verbeeck, Thomas Van den Bossche
3. IoT, data & elektronica
Ben Naets, Maxim De Donder, Kiran Peirens



Consumenten vragen om een persoonlijke benadering!

- **71% van de consumenten** voelt zich gefrustreerd als een winkelervaring onpersoonlijk is. – Segment
- **70% van de millennials** zijn gefrustreerd over merken die irrelevante e-mails sturen. – SmarterHQ
- **74% van de klanten** voelt zich gefrustreerd wanneer **website content niet gepersonaliseerd** is. – Instapagina



Bedrijven zien dat personalisatie rendeert

- **Personalisatie leeft van loyaliteit én het is een motor voor loyaliteit.**
- Shopping Tomorrow
- **Personalisation has become a customer expectation and plays an immense role in business growth.** - Adobe

Na personalisatie zag Taglayer bij ...

- ... Suzuki een toename van 41% in hun online offerteaanvragen;
- ... De Boer & Partners een toename van 36% in de online geboekte afspraken;
- ... Wehkamp een stijging in hun omzet van 12,6%.



Dit zijn dé 5 AI-trends voor kmo's in 2022

1. Intenser samenwerken met AI
2. Slimmere (online) veiligheid
3. AI-oplossingen steeds gemakkelijker
4. Meer en gemakkelijker personaliseren
5. Meer aandacht voor ethische AI

Bron: www.digitaletekomst.be



Doel van het START2AIM project

**Kmo's de mogelijkheden
laten zien van AI gedreven
marketingpersonalisatie**



Hands-on aanpak: helder stappenplan en herkenbare cases

1. Inzicht krijgen in de eigen bedrijfsprocessen om strategische personalisatiecases te herkennen
 2. Kritisch kijken naar de beschikbare data en de datamaturiteit inschatten
 3. De mogelijkheden laten zien van visualisatie, analyse en welke tools geschikt zijn
 4. Praktisch laten ervaren hoe personalisatie-cases aan de hand van AI technisch kunnen uitgewerkt worden
- **Duidelijk stappenplan 'hoe te starten met AI voor personalisatiedoeleinden'**
 - **Uitgewerkte Vlaamse personalisatiecases**



Wie willen we bereiken?

- **Kmo's – eindgebruikers** actief binnen diverse sectoren, beschikkend over (voldoende) data op basis waarvan men de marketingcommunicatie wil personaliseren.
- **Marketing, communicatie en sales agentschappen (agencies)** die bovenstaande eindgebruikers als klanten hebben.

Praktische werkwijze

- **1-op-1 gesprekken** met use cases
 - > Strategische coaching
 - > Technische coaching
- **Co-creatie** personalisatiecase
- Documenteren in het **e-book**



Overzicht bedrijven die deelnamen aan strategische en/of technische coaching

Kinnarps®

TRAIL
FINDERS
RUITERVAKANTIES



ANNA POPS



Odisee
DE CO-HOGESCHOOL

Cara Rosa
BELGIO



Panel van strategische en technische partners

cropland
data driven decisions

multiminds
now you know

SIRIUS.LEGAL
BUSINESS LAW FIRM

Black Tiger
Belgium

dropsolid
DIGITAL AGENCY

VUB SOCIAL SCIENCES &
SOLVAY BUSINESS SCHOOL

sirris
driving industry by technology

WebFaster

CNEXT

Roularta
Media Group

mec

Odisee
DE CO-HOGESCHOOL

Overzicht disseminatiepartners



SafeShops.be

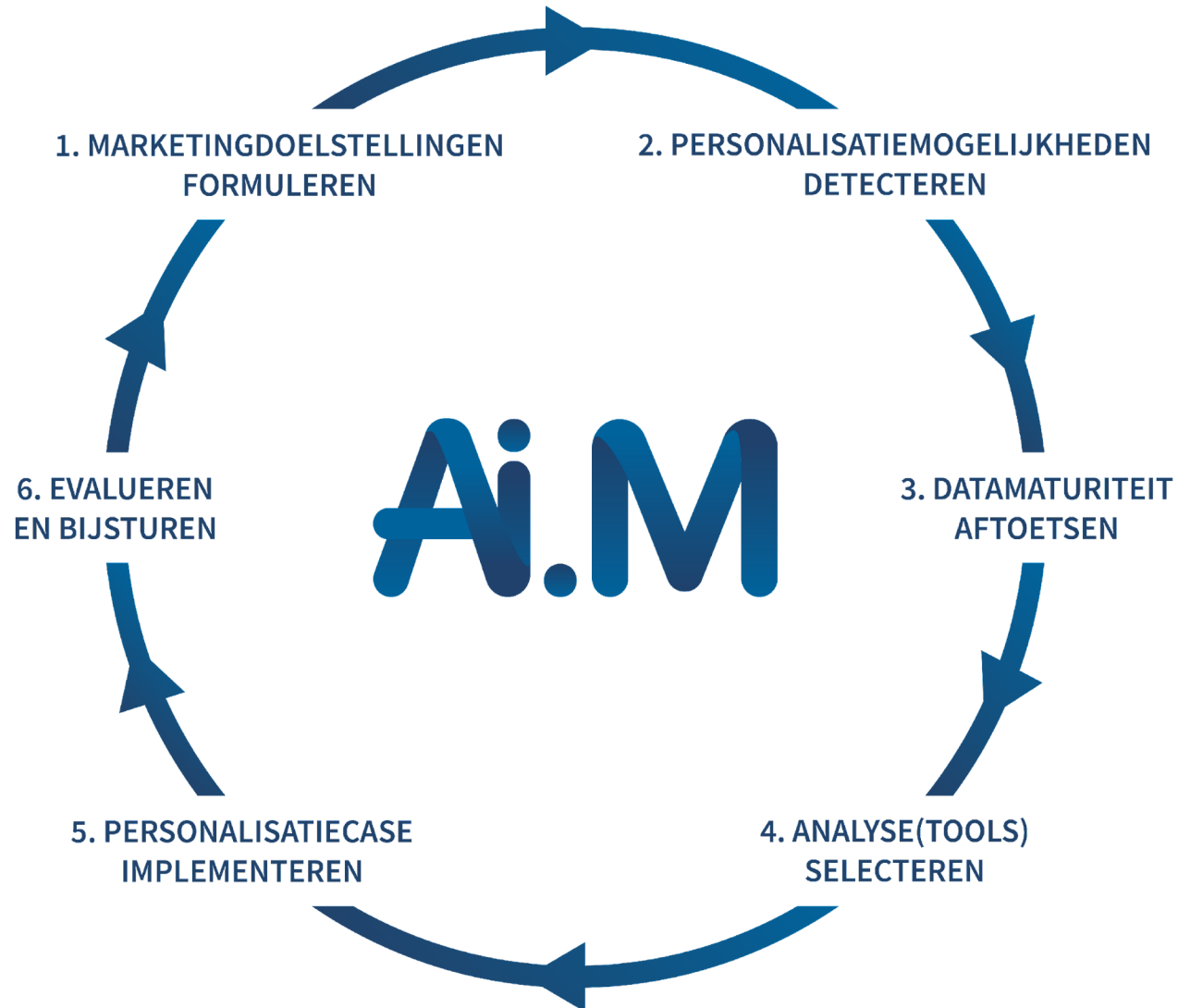


federatie van webbedrijven

fédération des métiers du web

“B:A/M! BELGIAN ASSOCIATION OF MARKETING

AI in Marketing is een *ongoing* proces



Ontdek zo meteen hoe ook jij aan de slag kan met AI in Marketing



Verwelkoming en toelichting Start2AIM-project
CenSE & UCE - Odisee

15:00

Veel data nodig voor AI-gestuurde personalisatie?

15:20

Goede data is belangrijker!

An Louwagie - Black Tiger Belgium

Cases uit het Start2AIM e-book
CenSE & UCE - Odisee

15:40

16:00

AI in e-commerce en agency-omgeving

Mathias Segaeert & Andreas Coudenys - D'M&S

Koffiepauze **16:20**



Observed Customer Journeys en hoe marketeers deze proactief kunnen inzetten in nieuwe campagnes
Geert Vromman - Cropland

Officiële voorstelling Start2AIM e-book
CenSE & UCE - Odisee

16:40

Legal vs. marketing: de juridische en ethische uitdagingen voor AI in marketing
Bart Van den Brande - Sirius Legal

17:10

17:30

Hoe data uitwisselen met respect voor de privacy?
Vincent Naessens - DistriNet Ku Leuven

17:10

18:00

Netwerkreceptie

