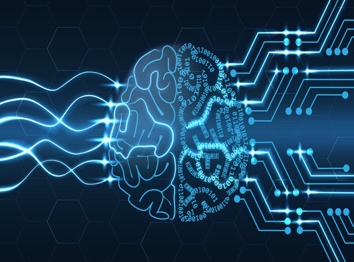
**Waarom marketeers beter gebruik kunnen maken van Artificiële Intelligentie**

**“Artificial Intelligence”, ook wel “AI” genoemd of “Kunstmatige Intelligentie", termen die je de afgelopen jaren vast wel eens hebt horen voorbijkomen. AI bestaat al meer dan zestig jaar en wordt de laatste decennia meer en meer toegepast in de advertising wereld om hoger rendement te creëren, zaken te automatiseren en de mogelijkheden van digitale marketeers te verbeteren. Maar wat is het nu precies en in welke niches van advertising vinden we reeds toepassingen?**

**Wat is ArtificiëIe Intelligentie ?**

Wie niet vertrouwd is met het begrip Artificiële Intelligentie, denkt misschien eerder aan de film *“I, Robot”* (1) waar robots in opstand komen en de wereld willen beheersen of heel complexe futuristische handelingen waarin machines alle taken van de mensheid kunnen overnemen.   
Vele zien het als een ver-van-ons-bed-show die nog decennia zal duren vooraleer we ermee geconfronteerd worden.

Als je van mening bent dat je nog nooit in aanraking bent gekomen met Kunstmatige Intelligentie, dan vraag ik je om eens stil te staan bij je dagelijkse activiteiten.

Wanneer je je Facebookpagina opent bijvoorbeeld, dan krijg je allerlei advertenties te zien die je mogelijks interesseren. Als je Siri vraagt naar het dichtstbijzijnde restaurant in je buurt, krijg je onmiddellijk enkele aanbevelingen. Gezichtsherkenning in foto’s op Facebook, semi-automatisch parkeren met “Park Assist”, online kleding bestellen met   
  
  
Amazon’s voice assistent Alexa of gepersonaliseerde aanbevelingen die je krijgt van Netflix, al deze technologieën worden mogelijk gemaakt door AI.

Afbeelding 1: AI Lab Editorial Department. (2018, 3 maart). AI met begrijpend vermogen en vragende vaardigheid verscheen - kun je het menselijk brein oversteken [Foto]. Geraadpleegd op 29 juni 2018, van <http://www.laboratory.ai/trend/531>

*“Verschillende toepassingen van AI hebben al op grote schaal hun weg naar de consument en het bedrijfsleven gevonden.­“* (2) (Chadwick, 2016, par.4)

**Hoe werkt AI?**De werking van AI is gebaseerd op het principe van diepe neurale netwerken die eenzelfde structuur vertonen als het menselijk brein, dit wordt ook Deep Learning genoemd. Door deze technologie is een machine in staat om miljoenen gegevens te verwerken en hieraan razendsnel een output te koppelen. (3, 4 &5)

**Meer dan zestig jaar geschiedenis**

Het AI-onderzoek werd opgericht tijdens een workshop op de campus van het Dartmouth College in de zomer van 1956, met als doel om een machine te bouwen die even intelligent is als een mens, dit staat ook bekend als de term **“AGI”** of **“Artificial General Intelligence”. (6 & 7)**

Na vele jaren onderzoek, AI-winters, booms, tegenslagen en succesverhalen bereikten we het gebied “**Narrow AI”.** Wat wil zeggen dat AI soms beter werkt dan het menselijk brein in bepaalde toepassingen en het bepaalde taken veel efficiënter kan uitvoeren zoals gezichts-herkenning op Facebook en beeldclassificatie op Pinterest.

AI zal een steeds grotere rol gaan spelen in ons dagelijkse leven. Al hebben we “**AGI”** nog niet bereikt, voorspellen sommige wetenschappers zoals visionair Ray Kurzweil spectaculaire veranderingen de komende decenia. (8)

*“Tegen 2030 gaat virtuele realiteit 100% echt voelen. Je zou je bewust­zijn zellfs kunnen uploaden naar het internet tegen 2039. Tegen 2040 zal de intelligentie van computers een miljard keer slimmer zijn geworden dan de intelligentie van alle levende wezens samen. Tegen 2045 zullen we ons brein kunnen upgraden door onze neocortex te kunnen combine­ren met een neocortex in de cloud.”* Aldus visionair Ray Kurzweil   
  
(“Visionair Ray Kurzweil blikt voor­uit naar de komende 25 jaar.”, 2015)

**Toepassingen in advertising**

Door gebruik te maken van Artificiële In­telligentie in advertising kunnen we heel wat zaken vereenvoudigen of laten over­nemen door AI.

De verschillende gebieden waarin AI reeds geïntegreerd wordt zijn Content Creation, Content Curation, Programmatic, Google, Facebook, Digital Signage & Chatbots.

De Artificië­le Intelligentie poster van M&C Saatchi - een poster die zelf designs genereert - zou bijvoorbeeld heel wat werk van Ad Agencies kunnen overnemen, dit valt onder het vakgebied content creation. (9)

Aan de hand van camera analyse meet de poster het klantengedrag en past hij de advertenties aan zodat de campagne succesvol is.



Afbeelding 2. M&C Saatchi. (2015, 23 juli). BEST OF 2015 PRINT/OOH/DESIGN #10: THESE BILLBOARDS 'EVOLVE' ACCORDING TO HOW MUCH YOU LIKE THEM [Foto]. Geraadpleegd op 5 augustus 2018, van http://creativity-online.com/work/mc-saatchi-artificial-intelligence-poster-ad/42814

Amazon, IBM & Netflix gebruiken volop AI om content aan te bevelen op basis van je zoekgeschiedenis en voorkeuren. (10, 11 & 12)

Ook digital marketing optimalisatie gaat volledig automatisch door AI. Albert is de eerste volledig autonome digitale marketeer die een campagne kan managen en optimaliseren in realtime. (13)

Google heeft veel nieuwe AI-gestuurde functies binnen zijn advertentieplatform die je kan gebruiken om campagnes te automatiseren en te optimaliseren. (14)

Facebook gebruikt AI om klantengedrag te voorspellen, door het programma dat de “FBLearner Flow” heet, zodanig dat advertenties aan het juiste doelpubliek getoond worden. (15)

Dan is er ook nog digital signage, die de klantenreis kan beïnvloeden en meten in realtime, aan de hand van beeldschermen waarin camera’s geïntegreerd zijn. (16)

En tenslotte kunnen chatbots, zoals de Bbot van Belfius een groot deel van het werk van de klantenservice verlichten door vragen die gesteld worden aan de bot. (17)

Zoals je hierboven leest biedt AI reeds heel wat voordelen in advertising wereld, zodat het rendement hoger wordt en je meer tijd hebt voor andere zaken binnen je bedrijf.

Ben je een AI-first denker en wil je meer informatie over AI en de verschillende toepassingen in advertising? Lees dan mijn Bachelorproef “Artificiële Intelligentie in advertising” en je bent ongetwijfeld op goede weg om het beste uit je zaak te halen.

**Bronnen**

1. I, Robot (film). (2016, 6 december). Geraadpleegd op 5 augustus 2018, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/I,_Robot_(film)>
2. Chadwick, S. (2016, 23 juni). 5 inspirerende voorbeelden van AI [Blogpost]. Geraadpleegd op 6 maart 2018, van http://blogs.3ds.com/netherlands/5-inspirerende-voorbeelden-van-ai/
3. DeepLearning.TV. (2015, 10 december). 3 reasons to go Deep - Ep. 3 (Deep Learning SIMPLIFIED) [Video]. Geraadpleegd op 9 maart 2018, van <https://www.youtube.com/watch?v=CEv_0r5huTY&t=11s>
4. 3Bplus. (2017, 17 juli). Machine learning, neurale netwerken en deep learning uitgelegd [Blogpost]. Ge­raadpleegd op 7 maart 2018, van http://3bplus.nl/machine-learning-neurale-netwerken-en-deep-learn­ing-uitgelegd/
5. 3Bplus. (2017, 22 oktober). Hoe werkt deep learning – deep learning uitgelegd. Geraadpleegd op 8 maart 2018, van <http://3bplus.nl/hoe-werkt-deep-learning-deep-learning-uitgelegd/>
6. History of artificial intelligence. (2018, 28 februari). Geraadpleegd op 10 maart 2018, van <https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_artificial_intelligence>
7. What is Narrow, General and Super Artificial Intelligence. (2017, 12 mei). Geraadpleegd op 27 maart 2018, van <https://bdtechtalks.com/2017/05/12/what-is-narrow-general-and-super-artificial-intelligence/>
8. Visionair Ray Kurzweil blikt vooruit naar de komende 25 jaar:. (2015, 17 februari). Geraadpleegd op 16 maart 2018, van https://www.bloovi.be/nieuws/detail/visionair-ray-kurzweil-blikt-vooruit-naar-de-komende-25- jaar
9. O Gorman, J. (2015, 24 juli). Watch: M&C Saatchi launches artificially intelligent outdoor campaign. Geraadpleegd op 30 maart 2018, van [https://www.campaignlive.co.uk/article/watch-m-c-saatchi-launches-artificial­ly-intelligent-outdoor-campaign/1357413](https://www.campaignlive.co.uk/article/watch-m-c-saatchi-launches-artificially-intelligent-outdoor-campaign/1357413)
10. Nuñez, M. (2015, 25 juni). Amazon Echo Is The First Artificial Intelligence You’ll Want At Home. Geraadpleegd op 8 april 2018, van https://www.popsci.com/amazon-echo-first-artificial-intelligen­ce-youll-want-home
11. Baeck, M. (2017, 13 april). Watson: your cognitive fashionista. Geraadpleegd op 10 april 2018, van <https://medium.com/cognitivebusiness/watson-your-cognitive-fashionista-d786880798ff>
12. Bold Business. (2017, 16 juli). AI driven content curation, A Netflix of knowledge. Geraadpleegd op 6 april 2018, van <https://www.boldbusiness.com/human-achievement/ai-content-curation-netflix-knowledge/>
13. Albert Technologies Ltd. (2017). Artificial Intelligence Software. Geraadpleegd op 12 april 2018, van <https://albert.ai/artificial-intelligence-marketing/>
14. Marvin, G. (2017, 30 mei). Google Attribution: What search marketers need to know. Geraadpleegd op 18 april 2018, van [https://searchengineland.com/google-attribution-search-marke­ters-need-know-275751](https://searchengineland.com/google-attribution-search-marketers-need-know-275751)
15. *Biddle, S., & The Intercept. (2018, 13 april). FACEBOOK USES ARTIFICIAL INTELLIGENCE TO PREDICT YOUR FUTURE ACTIONS FOR ADVERTISERS, SAYS CONFIDENTIAL DOCUMENT. Geraadpleegd op 19 april 2018, van* [*https://theintercept.com/2018/04/13/facebook-advertising-data-artificial-intelligence-ai/*](https://theintercept.com/2018/04/13/facebook-advertising-data-artificial-intelligence-ai/)
16. DOOHapps. (2017). DOOHapps. Geraadpleegd op 23 april 2018, van https://doohapps.com/
17. *Belfius. (2017). Bbot. Geraadpleegd op 23 april 2018, van https://www.belfius.be/retail/nl/zelf-bankieren/campagnes/bbot/index.aspx*