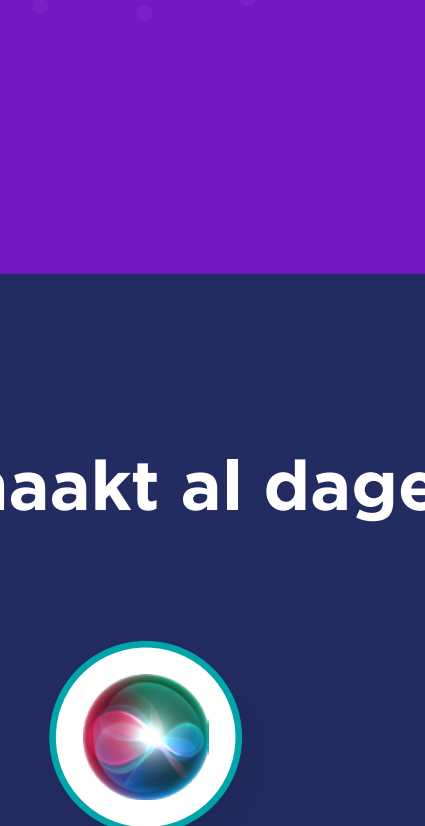


De impact van AI op marketeers

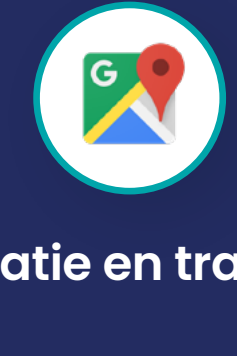
AI, je kunt er niet omheen.



De wereldwijde AI-markt zal naar verwachting groeien met **54%** jaarlijks.¹



Tegen 2030 bedraagt de AI-markt meer dan **\$1 triljoen.**²



Tegelijkertijd zal het AI-gestuurde Internet of Things uitgroeien tot een markt van **\$12.5 triljoen.**³

Je maakt al dagelijks gebruik van AI.



Spraakassistenten en chatbots (Siri, Alexa, Cortana)



Aanbevolen content in streamingdiensten



Grammatica, spelling, transcripties en ondertiteling



Navigatie en transport

En nog veel meer

AI verandert de manier waarop bedrijven opereren



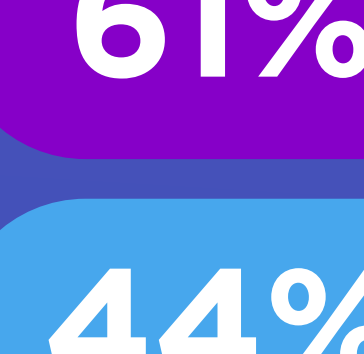
81% van de CMO's is van plan de komende 12 tot 18 maanden GenAI in te zetten om nieuwe bedrijfsmodellen te ondersteunen.⁴



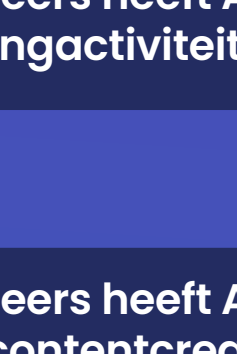
7/10 professionals in de industrie maken al gebruik van GenAI in hun werk.⁵

Je kunt retail niet schrijven zonder AI

AI in de retailsector zal naar verwachting in 2028 goed zijn voor 31,18 miljard dollar, dankzij:



Een verbeterde klantervaring



Gepersonaliseerde aanbiedingen



Realtime weergaven en targeting



Geoptimaliseerde supply chain-processen



83% van de executives in de financial services zijn het erover eens dat AI nieuwe mogelijkheden creëert voor differentiatie en het aantrekken van klanten.⁷



81% van dezelfde executives geeft aan dat AI een cruciale rol speelt in hun strategie om klanten aan te trekken en te behouden.



30% van de goede doelen experimenteert actief met AI.⁹



50% van de goede doelen overweegt momenteel AI te gebruiken.¹⁰



61% van de marketeers heeft AI ingezet in hun marketingactiviteiten.¹¹



44% van de marketeers heeft AI gebruikt voor contentcreatie.¹²



19% van de marketeers heeft meer dan 40% van hun budget besteed aan AI-gestuurde campagnes.¹³



52% meldt minder betrokkenheid bij materiaal waarvan ze vermoeden dat het door AI is geschreven.¹⁵



50% van de consumenten herkent het verschil tussen door mensen en door AI gemaakte content.¹⁴



52% meldt minder betrokkenheid bij materiaal waarvan ze vermoeden dat het door AI is geschreven.¹⁵



61% van de marketeers heeft AI ingezet in hun marketingactiviteiten.¹¹



44% van de marketeers heeft AI gebruikt voor contentcreatie.¹²



19% van de marketeers heeft meer dan 40% van hun budget besteed aan AI-gestuurde campagnes.¹³



52% meldt minder betrokkenheid bij materiaal waarvan ze vermoeden dat het door AI is geschreven.¹⁵



50% van de consumenten herkent het verschil tussen door mensen en door AI gemaakte content.¹⁴



52% meldt minder betrokkenheid bij materiaal waarvan ze vermoeden dat het door AI is geschreven.¹⁵



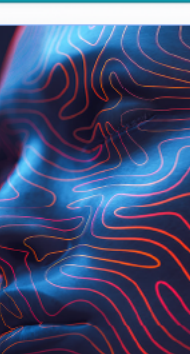
61% van de marketeers heeft AI ingezet in hun marketingactiviteiten.¹¹



44% van de marketeers heeft AI gebruikt voor contentcreatie.¹²



19% van de marketeers heeft meer dan 40% van hun budget besteed aan AI-gestuurde campagnes.¹³



52% meldt minder betrokkenheid bij materiaal waarvan ze vermoeden dat het door AI is geschreven.¹⁵



50% van de consumenten herkent het verschil tussen door mensen en door AI gemaakte content.¹⁴



52% meldt minder betrokkenheid bij materiaal waarvan ze vermoeden dat het door AI is geschreven.¹⁵

Het is tijd om AI te omarmen (met een beetje voorzichtigheid).



Blijf op de hoogte van de nieuwste AI-trends en ontwikkelingen.



Begrijp de basisprincipes, zoals het verschil tussen machine learning en generatieve AI.



Kies AI-tools die de belangen van zowel marketeers als klanten vooropstellen.



Ben je bewust van bias in algorithmes.



Zorg voor transparantie en verklaarbaarheid.



Neem verantwoordelijkheid

Bij Apteco hebben we een visie op ethische AI

We noemen het Apteco Intelligence.



Dit jaar introduceren we onze eigen GenAI-assistent.

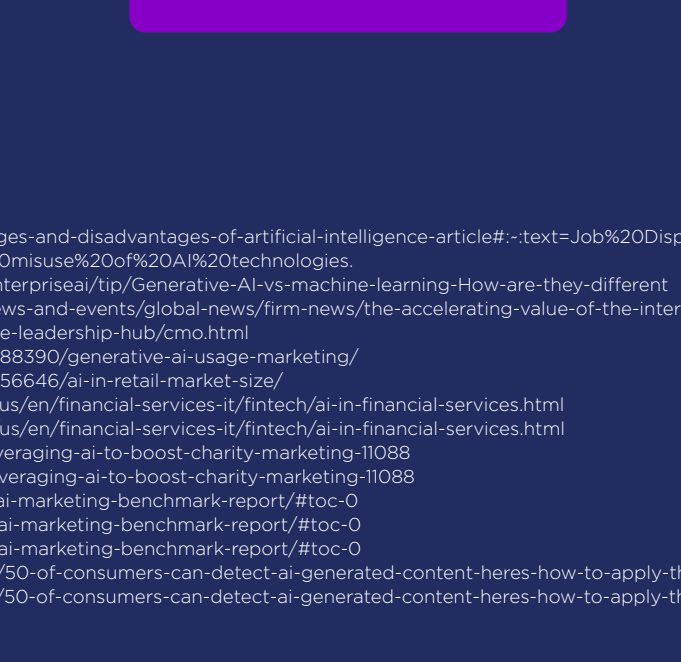
Ons doel is dat marketeers:

- Vragen kunnen stellen over de mogelijkheden van Apteco
- Antwoorden kunnen vinden op belangrijke vragen over hun data
- Taken kunnen automatiseren, zoals het maken van aangepaste dashboards op ons platform

Onze AI-assistent zorgt er voor dat:

- Er geen misleidende informatie wordt gegenereerd
- Klantgegevens niet worden gebruikt voor het trainen van modellen
- Haatspraak in meerdere talen wordt gefilterd.

Dit geeft jou – de marketeer, niet de software – de controle.



Download **The good, the bad, and the ugly: marketing AI explored** nu om slimme en ethische manieren te ontdekken om AI in te zetten.

[DOWNLOAD NOW](#)