



pim

platform innovatie
in marketing



Boom uitgevers
voor een beter begrip



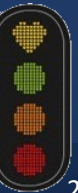
AI-personalisatie strategie

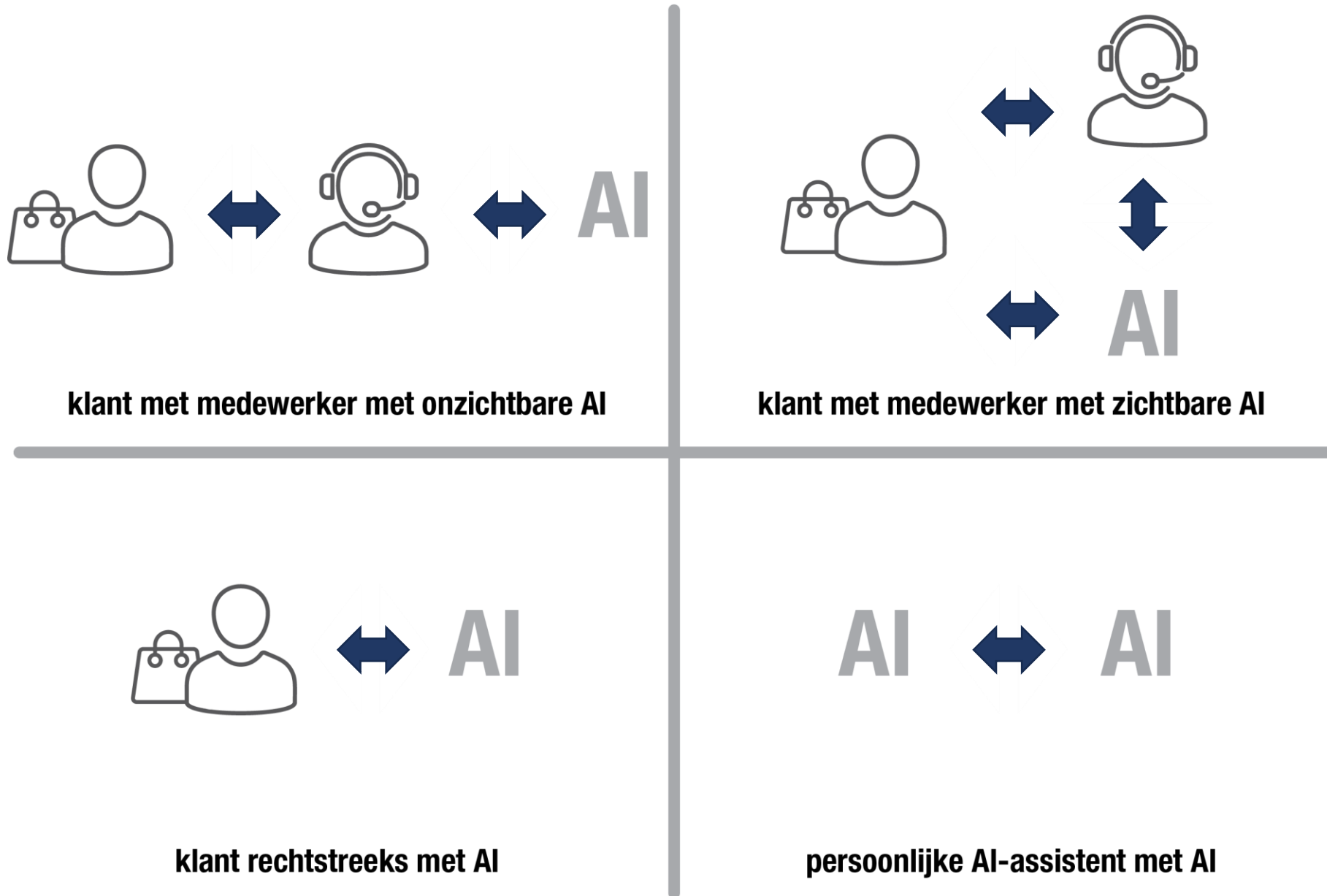
Amsterdam, 25 november 2025

Jean-Pierre Thomassen



de aanleiding





De toegevoegde waarde van AI voor klanten

Bestaande dienstverlening beter maken

- Hyperpersonalisatie: ‘van clustomers naar customers’
- Meer kennis van de klant en herkenning
- Sneller, relevanter en 24/7 beschikbaar
- Meer aandacht voor momenten van de waarheid
- Meer inclusieve dienstverlening

Nieuwe vormen van dienstverlening

- Meer proactieve dienstverlening

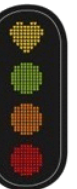


AI-personalisatie strategie

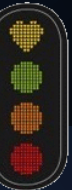
Hoe kun je als organisatie AI als hulpmiddel inzetten om de dienstverlening weer een stuk persoonlijker te maken zodat klanten een meer persoonlijke beleving hebben?



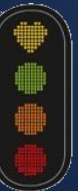
- Als strategisch speerpunt
- Hoe ziet onze dienstverlening er over 2-3 jaar uit?
- Wat doet AI dan wel en wat zijn onze AI-vrije zones?
- Hele organisatie
- Cultuur: mens en machine



22 verschillende toepassingen
22 verschillende cases
Keuzes maken
Frappez toujours



Marketing
Sales
Service



FutureFashion

- ‘Klanten willen personalisatie zonder privacy verlies p.1’
- Bekende klantrelaties – anonieme contacten
- Jij als vaste klant



Dank

- dr Jean-Pierre Thomassen
- E: Info@customerdelight.nu
- T: 00-31-6-54245989
- www.customerdelight.nu

Linked 

