

**Ik dacht dat AI  
onze  
software zou  
veranderen.  
— *Het verandert  
ons bedrijf.***

---

AGENDA

# Wat we vandaag bespreken.

---

01

De aanleiding

---

02

One AI Journey

---

03

Innovatie – het werk wat er staat

---

04

Investerings en opbrengsten

---

05

Drie learnings

---

06

Q&A

# 01

## De aanleiding.

## 01.1 HET PROBLEEM

# Na tien jaar is onze user interface aan vernieuwing toe.

10 jr

UI OP DE TELLER

223+

NL/BE MEDIA BRANDS

500.000.000

E-MAILS PER JAAR VIA BASEDRIVER

Grote bedrijven hebben in de afgelopen 10 jaar voor ons gekozen vanwege onze **innovativiteit, snelheid, data-kwaliteit, gebruikersgemak en personalisatie.**

De opgave: vernieuwen zonder de eigenschappen kwijt te raken die ons groot hebben gemaakt.

## 01.2 DE VISIE

# Van campagne-tool naar campagne-assistent.

**Vandaag** Campagne-tool

### Een goede werkbank.

- ✦ Eenvoudig campagnes maken zonder technische kennis
- 👤 Koppelingen met meerdere systemen, geautomatiseerde match & merge
- 📊 Operationale dashboards over campagne resultaten

**Visie** Campagne-assistent

### Een collega die meedenkt.

- 👤 Voorzetten in plaats van leeg formulier
- 💡 Inzichten in plaats van rapporten
- ⚡ Minder handwerk.

---

### 01.3 HET INZICHT

**Een een volledige nieuwe UI ontwerpen en bouwen, met een team van onze omvang, terwijl de operatie doordraait, dan moeten we AI niet alleen inzetten voor ons product, maar gebruiken om onze organisatie véél productiever te maken.**

 Bij ontwikkeling

 In processen

 Bij analyse

# 02

## Onze AI Journey.



AI IMPACT MODEL

	VOOR ONS	VOOR KLANTEN	VOOR ONTVANGERS
<u>Innovatie</u>			
<u>Procesverbetering</u>			
<u>Persoonlijke productiviteit</u>			

# AI IMPACT MODEL

## Innovatie

## Procesverbetering

## Persoonlijke productiviteit

VOOR ONS

VOOR KLANTEN

VOOR ONTVANGERS

**6** Q1 2026  
**BAAS**  
Automatisch ontwikkeld en onderhouden door AI — checks, releases, budget & ISO

**8** **BINNENKORT**  
**Puur AI-ontwikkeld product**  
Eerste lancering

**5** BEGIN 2026  
**Development met AI**

**9** **Q4 2026**  
**Nieuwe frontend Basedriver**  
Volledig nieuwe user interface met meer automation, minder taken en betere personalisatie

**10** **BINNENKORT**  
**AI-samengestelde nieuwsbrieven**  
Pilot met automatisch samengestelde nieuwsbrieven op basis van relevantie en voorkeuren

**4** BEGIN 2026  
**Analyse-apps door BA's**

**3** EIND 2025  
**Auto-checklist**

**2** MEDIO 2025  
**Team + ChatGPT**  
Content & scripts

**7** Q1 2026  
**AI in Basedriver**  
AI-beoordeling van e-mailings: deliverability, consistentie & engagement

**1** EIND 2024  
**Bassie**  
Custom GPT met onze kennis

---

AI IMPACT MODEL

2

MEDIO 2025

 **Team + ChatGPT**

Content & scripts

1

EIND 2024

 **Bassie**

Custom GPT met onze kennis

---

AI IMPACT MODEL

4

BEGIN 2026

 Analyse-apps door BA's

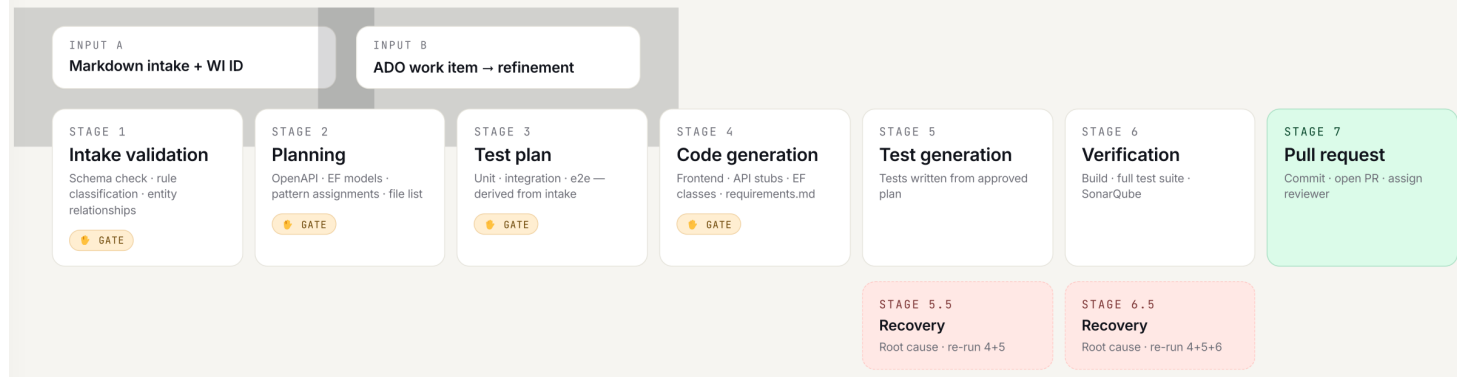
3

EIND 2025

 Auto-checklist

# 5 BEGIN 2026 </> Development met AI

Seven stages. Four human gates. Two recovery loops.



Checklist

Checklist

Daily Schedule

Release Progress

Overview

Goals

Test Progress

Customer Backlog

Release config

DevOps

Budgets

ISO

API

Tools

Settings

**Daily Checklist**

Last Refreshed: 19-5-2026, 17:02:22  
Last SFTP Update: 19-5-2026, 16:17:20

Previous week 04-05 - 10-05 Next week Refresh

Status	04-05	05-05	06-05	07-05	08-05	09-05	10-05
▸ Channels	OK	NOK	OK	OK	OK	OK	NOK
▸ Delays	OK	OK	NOK	NOK	OK	OK	OK
▸ Sent	2.507.357	1.706.586	1.787.314	2.327.495	2.296.396	1.495.937	667.123
▸ Scheduled	0	0	0	0	0	0	0
▸ Bounce/Abuse	0.36%	0.38%	0.31%	0.28%	3.00%	0.28%	0.24%
▸ Exceptions	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
▸ API	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Security checks	99	211	363	309	305	0	101
Feasibility Masterfix 26-05	OK	OK	OK	OK	OK	N/A	N/A
Feasibility Next 09-06	OK	OK	OK	OK	OK	N/A	N/A
▸ Budget status	NOK	NOK	NOK	NOK	AR	N/A	AR
Pending tickets	5	2	12	4	0	0	9

9

Q4 2026

 **Nieuwe frontend Basedriver**

Volledig nieuwe user interface met meer automation, minder taken en betere personalisatie

8

**BINNENKORT**

 **Puur AI-ontwikkeld product**

Eerste lancering

10

BINNENKORT

✉ **AI-samengestelde  
nieuwsbrieven**

Pilot met automatisch samengestelde  
nieuwsbrieven op basis van  
relevantie en voorkeuren

# 03

**Het werk dat  
er staat.**

# Een collega die meedenkt, geen knop die antwoordt.

Bassie kent klantdata data, kent de merken, en geeft doortimmerde voorzetten. Accepteer, pas aan, of wijs af. Zo verschijnt hij op drie plekken.



## Overlay

### Bassie-paneel

Slide-over rechts in beeld voor gesprekken en samenvattingen. Sluit met Esc, geen rommel achteraf.

#### WANNEER

Open vraag · overzicht · samenvatten.



## Inline

### Inline assist

In een sectie zelf. "Bouw deze audience uit dit doel." Bassie tekent een conceptregel.

#### WANNEER

Audience opzet · content vanuit briefing.



## Actie

### Inline actie

Eén-klik taken boven het werk. "Genereer drie varianten." Resultaat in het voorbeeld.

#### WANNEER

Concept-startpunt · varianten genereren.



Vraag Bassie iets over je campagnes, content of audience...



## 03.2 BASSIE IN ACTIE

# Voorbeelden van wat Bassie gaat doen.

### INLINE Audience uit een doel

Bouw een audience voor jonge moeders die de Cosmo-nieuwsbrief openen maar niet betalen.

+ leeftijd 25-38 + kind < 5 jr + Cosmo open 90d

- actief abo

LIVE BEREIK  
**18.420** profielen

### ACTIE Schrijf vanuit een landingspagina

Maak een onderwerp + opening op basis van deze winter-actiepagina.

#### BASSIE'S VOORZET

**Onderwerp:** Drie magazines voor de prijs van één — alleen vandaag.

**Opening:** Wat een week voor de winterstand. Tot middernacht heb je...

### ACTIE Genereer drie varianten

Drie versies van dit onderwerp — speels, urgent, en zakelijk.

V1 · SPEELS "Mis je ons al? Wij jou wel."

V2 · URGENT "20% korting · tot vrijdag."

V3 · ZAKELIJK "Hervat je abonnement, behoud je voordelen."

### OVERLAY Vat het weekend samen

Wat zijn de vijf belangrijkste dingen die ik vanmorgen moet weten?

#### SAMENVATTING · 5 PUNTEN

1. Win-back Cosmo · +12% verlengd. 2. Nieuwsbrief Linda · openratio 38%. 3. Postal-mailing klaar voor goedkeuring. +2 meer →

## 03.3 HET HERONTWERP · START-PAGINA

# Een kompas voor je dag.

**baseDriver** DemoTimes Media Company

Search anything... **JK** **+ Ask Bassie** **JD**

### Start

Welcome back, Jess. Pick up where you left off.

#### Good morning, Jess

**+ Ask Bassie** about your campaigns, content, or audience...

Summarise yesterday's three sends

- CM-3 underperformed — propose a fix
- Renewal cohort drops below threshold — draft a follow-up

More recipes

#### INSIGHTS SNAPSHOT

View all insights →

- Last send - open rate: **32.4%** (Spring renewal - CM-1 sent 2 days ago)
- Open rate - last 7 days: **28.7%** (up 4.2pp vs previous 7 days)
- Active profiles: **184,329** (Updated 18 minutes ago)

#### RECENT

See all →

- Campaign: **Spring renewal — issue 04** (12 min ago - Cosmopolitan NL) **draft**
- Contact moment: **Spring renewal - CM-1 of 2** (2 hours ago - Cosmopolitan NL) **scheduled**
- Segment: **Active subscribers, opted-in** (Yesterday used by 3 campaigns) **ACTIVE**

#### RECIPES

One-click recurring tasks - pinned recipes stick across sessions

- What underperformed this week? (2 sends - CM-3 + Cosmo digest both below baseline) Last run: 1h ago
- Audiences shrinking? (3 audiences contracted - Cosmo NL down 312 profiles) Last run: yesterday
- Failed sends — what to do (3 failed - IP block + bad import + render error) Last run: 3h ago
- Schedule preview for the week (4 CMs queued - 2 cohort overlaps to flag) Last run: today
- Draft a re-engagement campaign (Tap to run for the first time) — never run
- Write an email for a landing page (Tap to run for the first time) — never run

Handbook

Start iedere sessie met dat wat je nodig hebt

- 1 Vraag aan Bassie**  
Begin met een vraag of typ wat je zoekt. Geen menustructuur door.
- 2 Recent**  
Pak op waar je gisteren stopte — campagnes, segmenten, content.
- 3 Recepten**  
Kant-en-klare AI-taken. Volgende slide: voorbeelden.
- 4 Insights snapshot**  
Signalen die nu actie vragen — door Bassie gemarkeerd.

## 03.4 RECEPTEN & INSIGHTS

# Klaargemaakte taken voor je drukke ochtend.

### ZES RECEPTEN · PIN JE FAVORIETEN

 ⚡ GEPIND ~60 SEC

#### Gisteren in 60 seconden

Wat is er gisteren live gegaan, wat presteerde boven verwachting, en wat heeft jouw aandacht nodig?

 👥 ~2 MIN

#### Opzeggers van deze week

Lijst van profielen die opzegden, gegroepeerd op merk en reden. Klaar voor een win-back actie.

 📅 ⚡ GEPIND ~3 MIN

#### Klaarzetten voor maandag

Plan je week — geprioriteerde campagnes, openstaande approvals en gaten in de planning.

 ↗ ~90 SEC

#### Beste onderwerp deze maand

Top-presterende e-mailonderwerpen met patronen — woordkeuze, lengte, en moment van versturen.

 👥 ~2 MIN

#### Nieuwe lookalikes

Profielen die op je beste lezers lijken maar nog niet zijn aangesproken. Klaar voor de eerstvolgende campagne.

 ⚠️ DIRECT

#### Contactdruk check

Welke profielen krijgen deze week te veel? Bassie stelt herverdeling of pauze voor.

### 03.5 EEN PUUR AI-ONTWIKKELD PRODUCT



# CrowdScout: stel je publiek een vraag, krijg je data terug.

**Good morning, Saara. Here's what changed.**

Worth your attention

- Spring Relaunch beat 28-day baseline by +3.4 pp open
- Lapsed Donors list health fell 0.41 → 0.34
- 3 inbound files quarantined — schema mismatch

What would you like to know about your audience?

e.g. Why did Tuesday's open rate jump?

Summarise the last 28 days | Compare Spring Relaunch & Winter Edit | Which segments lost engagement? | Recommend an A/B test

SENDS - 28 D	MPP-ADJ. OPEN RATE	CLICK-THROUGH
12.4M ▲ 4.1%	38.6% ▲ 1.8 pp	4.42% ▼ 0.3 pp
HARD BOUNCE	OPT-OUT	LIST HEALTH (AVG)
0.61% ▲ 0.04 pp	0.18% - flat	0.62 - stable

CHALLENGES

Last 8 mailings

MAILING	SENT	RECIPIENTS	OPENS (H - M)	MPP-ADJ. OPEN	CTR	CLICKS	CTOR	OPT-OUT
Spring Relaunch - Send 1 "Spring is back — and so are we"	22 Apr - 09:00	482,109	142,800 - 56,200	41.3 %	4.7 %	22,659	11.4 %	0.18 %
Spring Relaunch - Send 2 "In case you missed it: Spring is back"	24 Apr - 09:00	391,420	182,800 - 41,200	36.8 %	4.1 %	16,048	11.1 %	0.21 %
Spring Relaunch - Send 3 "Last call: the Spring Edit"	26 Apr - 09:00	218,110	61,200 - 18,800	37.2 %	4.0 %	8,724	10.7 %	0.27 %

Volledig AI-ontwikkeld

Productie-klaar

Een nieuw product voor campagne managers. Geen cijfers meer overtypen in Excel, gewoon je vraag stellen, antwoord in je eigen taal.

Niet alleen voor Basedriver gebruikers maar toegankelijk voor iedereen met first party data.

# 04

## Investerings & opbrengst.

## Wat dit ons heeft gekost.



### TOKENS & ABONNEMENTEN

€ 10K

Modellen, API-credits en team-abonnementen samen. Het echte kostenpunt is niet het token, het is de tijd die je erin stopt.



### UREN AI-PROJECTEN

500 + uur

Verspreid over het team. Bouw, experiment, prompts schrijven en herschrijven, kennisbeheer.



### TOTALE KOSTEN

~ € 30K

Alles bij elkaar opgeteld, inclusief overhead.

Verhouding: tokens zijn 1/3 van de kosten, uren 2/3. Goed nadenken over wat je AI laat doen is goedkoper dan een groter model.

## 04.2 DE OPBRENGST

# Wat we ervoor hebben teruggekregen.

### Deliverable 01 Capaciteit

#### Extra ontwerp- en ontwikkelcapaciteit, ingebouwd in ons werkproces.

De software-ontwikkelpipeline doet nú al het werk van twee developers. En staat klaar om verder op te schalen. De BAAS-tool bespaart iedere dag tijd voor onze business analisten

INDICATIEVE MARKTWAARDE

**~ € 160K** /jr · 2 × € 80K developer

### Deliverable 02 Onderzoek & design

#### Volledig redesign-traject Basedriver, incl. clickable demo.

Onderzoek, principes, mockups en een werkende prototype waar je doorheen kunt klikken.

INDICATIEVE MARKTWAARDE

**~ € 30K** extern · regulier tarief

### Deliverable 03 Nieuw product

#### CrowdScout · compleet nieuw product, productie-klaar.

Van idee naar werkend product. Vervangt onze Azure- en PowerBI-inkoop direct.

INDICATIEVE MARKTWAARDE

**€ 100K+** conservatief · + jaarlijkse besparing

# 05

## Drie learnings.

# Het fundament achter onze AI processen

01

 Informatie

## Beheer je informatie als een product.

Bij grote AI-projecten draait alles om wát je het model voert. Zonder framework en wijzigingsprocedure raak je in twee weken het overzicht kwijt en daarmee de kwaliteit.

### WAT WE DOEN

Eén centraal framework, expliciete eigenaren, en een vaste procedure voor wijzigingen aan kennisbronnen.

02

 Automatisering

## Stop AI niet overal in.

Veel verbeteringen los je beter op met gewone automatisering, zonder model in het pad. AI mag je helpen die te bouwen, maar hoort niet in elke runtime. Dat scheelt enorm in tokens én in snelheid van je operatie.

### ONZE REGEL

Vooral automatiseren. Pas AI gebruiken waar de waarde alleen door taalbegrip ontstaat.

03

 Adoptie

## Begin met jezelf, in je eigen organisatie.

Voor je AI in het product van je klant zet, moet het in je eigen werk gewoon zijn. Pas dan ken je de echte kosten, de echte randgevallen, en de echte waarde.

### ONZE VOLGORDE

Eerst persoonlijke productiviteit. Dan processen. Dan klanten. Dan ontvangers.

EÉN LAATSTE GEDACHTE

# Vertrouwen komt niet uit AI.

# Het komt uit **het proces.**

*Scepsis bij professionals is terecht. Daar bouwen we hier samen aan.*

BEDANKT

# We dachten dat AI de software zou veranderen. **Het verandert ons bedrijf.**

Sneller bouwen, scherper beslissen, en producten neerzetten die anderhalf jaar geleden buiten ons bereik lagen.

VRAGEN OF MEE VERDER

**Stel ze gewoon — nu, of later.**