



'AI EN EMPATHIE ZIJN GEEN TEGENPOLEN, MAAR VERSTERKEN ELKAAR JUIST'

55.000 engineers en consultants wereldwijd. Samen met de van Emakina overgekomen creatieven biedt het nieuwe bureau technologisch geavanceerde oplossingen met een empathische touch. Voor prachtige merken zoals Joe & The Juice en WWF.

CMO ALS 'VERANDERMANGER'

Naast merkbouwers zijn CMO's steeds vaker strategen die transformaties in gang zetten. AI brengt niet alleen mogelijkheden, maar ook vragen: hoe implementeer je AI in een organisatie, hoe waarborg je ethiek en merkintegriteit? Volgens Patrick van der Vliet, Senior Director Immersive Experiences and Technology, ondersteunt Empathy Lab CMO's in deze end-to-end-transformatie. Van strategieontwikkeling tot creatieve realisatie. "Een voorbeeld is onze businesscase voor HUGO BOSS, waarbij AI en blockchain samenkomen in een innovatief loyaltyprogramma."

MENSELIJKE MAAT

De kracht van AI ligt in personalisatie, maar zonder empathie verliest die haar effect. Empathy Lab stelt dat de toekomst van marketing draait om technologie die context begrijpt en klantinteractie verrijkt. "We hebben jarenlang gepraat over personalisatie, maar vergaten de persoon", aldus Van der Vliet. "Door hightech met high-touch te combineren, zorgt Empathy Lab ervoor dat merken niet alleen datagedreven, maar ook menselijk blijven." Empathy Lab bewijst dat AI en empathie geen tegenpolen zijn, maar elkaar juist versterken. De toekomst van marketing ligt in deze synergie, en de CMO speelt daarin de hoofdrol.



← DEEL ONLINE

AI VERANDERT ROL VAN CMO INGRIJPEND

DE WERELD VAN MARKETING IS NIET MEER WAT DIE WAS. MET DE TOENEMENDE DOMINANTIE VAN AI STAAT DE CMO VAN VANDAAG VOOR ONGEKENDE UITDAGINGEN. EMPATHY LAB, HET NIEUWE AI-NATIVE BUREAU VAN EPAM, HELPT MARKETEERS MET AI, DATA EN CREATIVITEIT OM DIEPERE CONNECTIES MET HUN KLANTEN TE CREËREN.

AI verandert de manier waarop merken communiceren volledig. Waar de Chief Marketing Officer (CMO) vooral storytelling en branding beheerde, staat hij met de nieuwe toepassingen voor een veel bredere uitdaging. Niet alleen kun je met AI afstemmen op persoonlijke voorkeuren, gedragingen en behoeften. Je kunt ook emotionele signalen detecteren en in real time, op een converserende manier reageren. Door deze verdergaande mogelijkheden is er drin-

gend behoefte aan een nieuw soort bureau. "CMO's hebben partners nodig die de kloof tussen AI en merkbeleving kunnen overbruggen", zegt Sjoerd van Gelderen, VP Digital Engagement. "Empathy Lab combineert storytelling met hypergepersonaliseerde technologie, waardoor merken echt impact kunnen maken." Empathy Lab is onderdeel van EPAM, het technologische powerhouse met meer dan