

LEFEBVRE SDU

IMPACT



MET GENIA-L POSITIONEERT LEFEBVRE SDU ZICH ALS KOPLOPER OP HET GEBIED VAN KUNSTMATIGE INTELLIGENTIE. HET BEDRIJF ZIT MIDDEN IN DE TRANSFORMATIE VAN UITGEVER NAAR AI-PLATFORM VOOR DE JURIDISCHE MARKT.

“Enkele jaren geleden switchten we van boeken naar een online omgeving”, vertelt Richard Leijen, Head of Product & Technology. “Inmiddels zetten we de volgende stap met GenIA-L: geen chatbot, maar een samenspel van gespecialiseerde juridische AI-agents die elk hun eigen expertise inbrengen, van casusanalyse tot jurisprudentieonderzoek. Als je in GenIA-L een juridisch vraagstuk invoert, krijg je direct een gedetailleerd juridisch antwoord met referenties.”

Met deze ‘embedded intelligence’ kan Lefebvre Sdu de juiste content op het juiste moment leveren. “Nog voordat de jurist inhoudelijk met de vraag van een cliënt aan de slag gaat, heeft GenIA-L al een case-analyse gedaan en de eerste risicoafweging en adviezen gemaakt. Juristen houden zo meer tijd over om echt vakinhoudelijk te werken.” Op verzoek kan GenIA-L ook een antwoord geven dat begrijpelijk is voor niet-juristen: “Dat is uniek.”

Om dit mogelijk te maken, heeft Lefebvre Sdu een kwalitatief hoogstaande AI-developmentafdeling, vertelt Henrik van den Worm, CCO van Sdu: “Over anderhalf jaar werkt de helft van onze medewerkers aan de techkant, met technologie én content, in een live AI-omgeving. Die combinatie maakt het pas echt interessant. Onze business is cruciaal voor Nederland, want als onze dienstverlening stopt, stopt de rechtspraak. Tegelijkertijd wordt door het gebruik van GenIA-L wet- en regelgeving toegankelijker voor iedereen. Zo dragen we bij aan een betere samenleving. Onze medewerkers kunnen echt impact maken.”

WWW.SDU.NL



MAILMEISTERS

E-MAILMARKETING



DOOR AI SLIM IN TE ZETTEN HAALT MAILMEISTERS MEER UIT BESTAANDE KLANTENDATABASES DAN OOI. HET RESULTAAT: KLANTEN HOEVEN MINDER UIT TE GEVEN AAN DURE EXTERNE KANALEN EN BEHALEN HOGERE CONVERSIES.

Terwijl marketingkanalen als SEO en social media wisselvulliger worden, blijkt e-mail juist aan belang te winnen. “E-mail is een stabiele basis”, zegt oprichter Jan den Bakker van mailmeesters. “Andere kanalen worden steeds duurder, maar e-mail versturen kost relatief weinig, ook bij miljoenen berichten.” Het bureau richt zich bewust op dit ene vakgebied en groeit hard: het afgelopen jaar kwamen er 25% meer klanten bij, waaronder Volero en Alpine Hearing. Mailmeesters werkte al voor bedrijven als Mr. Marvis, Stoov en EasyToys.

Die groei is mede te danken aan de combinatie van AI en menselijke expertise. “Vroeger werkten we met RFM-modellen, waarbij je achteraf pas kon bepalen wie een topklant was”, legt Den Bakker uit. “Nu voorspelt AI op basis van gedragspatronen al na de eerste aankoop wie een waardevolle klant wordt. Daardoor kun je gericht investeren in relaties die het meest opleveren.” Maar AI alleen is niet genoeg: “Content checken we altijd menselijk. Anders krijg je eenheidsworst met typische AI-woorden als ‘op een hoger niveau’. Dat willen we juist niet.”

Die balans tussen technologie en vakmanschap maakt mailmeesters ook tot een aantrekkelijke werkplek. Met een medewerkerstevredenheid van 9,2 is het bureau Great Place to Work-gecertificeerd. “AI maakt ons werk efficiënter, zodat we meer tijd hebben voor toffe automations”, aldus Den Bakker. Die positieve sfeer vertaalt zich direct in betere resultaten voor klanten.

WWW.MAILMEISTERS.NL