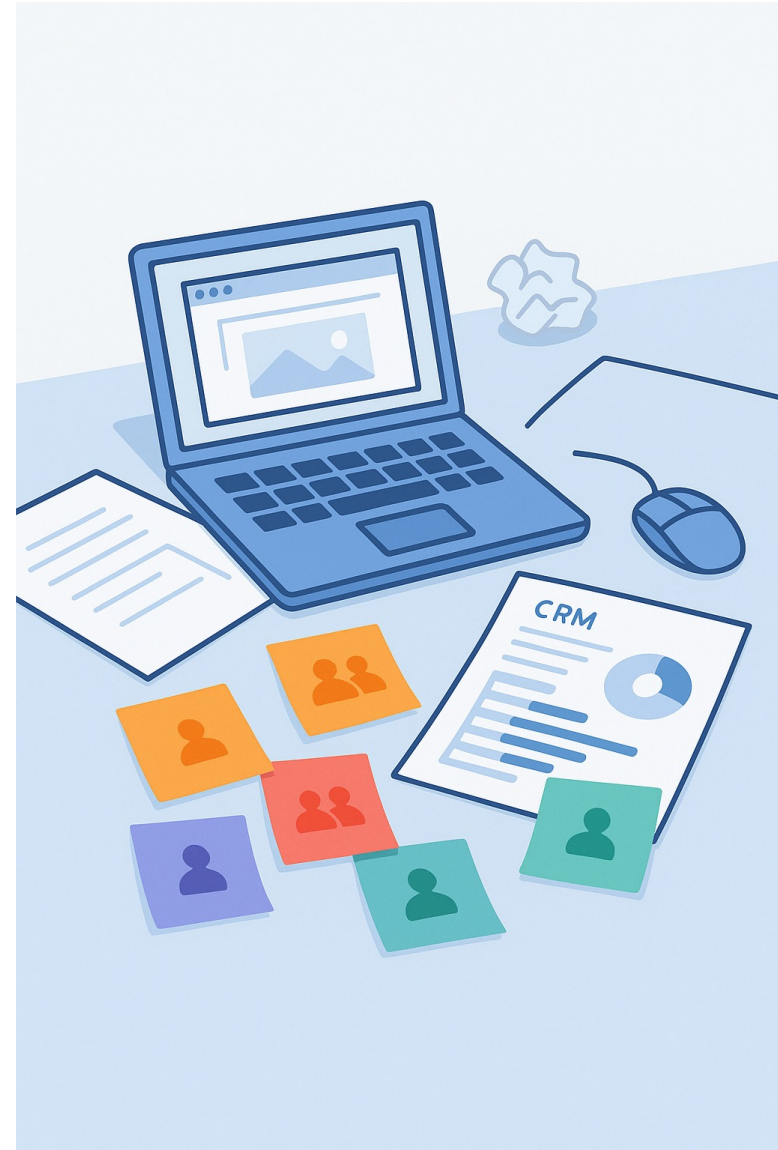


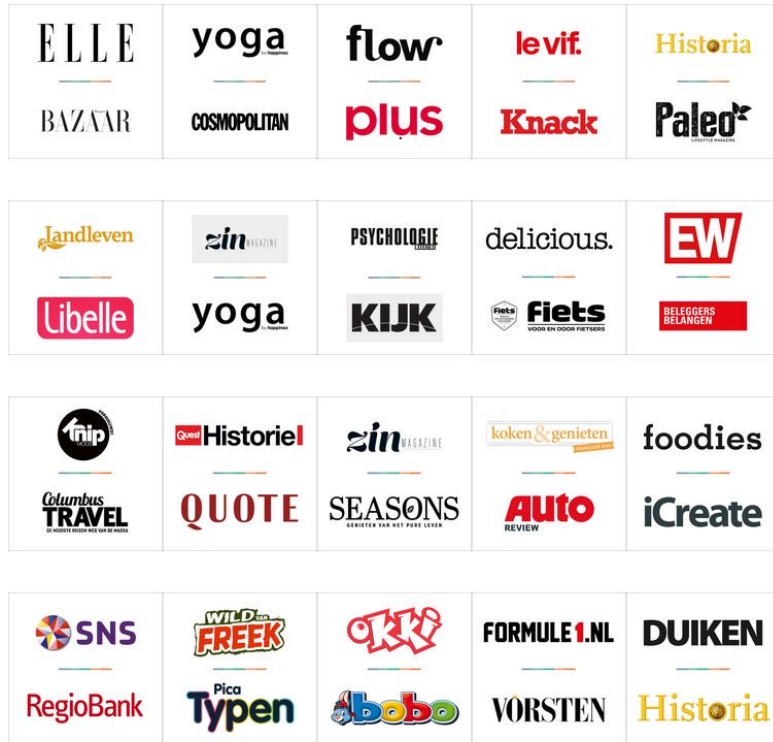
## Next-Gen campagnes met AI

## Inhoud van het webinar

- Introductie, voorstellen
- De impact van AI op web traffic
- Hoe je AI direct kunt inzetten om campagnes te verbeteren
- Valkuilen bij het gebruik van AI
- Vragen



# Even voorstellen



De volledige e-commerce 25:

1. Pieter Zwart (oprichter en ceo Coolblue)
2. Daniel Ropers (ceo Bol.com)
3. Claudia Willemsen (oprichter en ceo Kleertjes.com)
4. Niki van Wijk (e-commerce manager Transavia )
5. Joran Prinssen (oprichter en ceo iBood)
6. Martijn van der Zee (VP e-commerce KLM)
7. Alex Jonker (e-commerce manager HEMA)
8. Patrick Kerssemakers (ceo Fonq)
9. Jitse Groen (oprichter en ceo Thuisbezorgd.nl)
10. Dirk van Lammeren (directeur e-commerce TNT Post)
11. Wouter Blok (hoofd marketing Easytobook)
12. Johan van Vulpen (oprichter en ceo Greetz)
13. Jonas de Groot (marketing manager Sundio)
14. Antoine Brouwer (directeur online UPC)
15. Paul van Breugel (manager e-commerce NS Hispeed)
16. Peter van der Schaar (manager e-commerce a.i. Sanoma)
17. Marijn Maas (oprichter Typhone)
18. Marque Joosten (ceo Zomoto)
19. Marcel Joosten (commercieel directeur Centralpoint).

# AI is een/mijn superpower

## Bassie (Basedriver Assistant)

Door Peter van der Schaar &

✓ Het aangeraden model van de maker wordt gebruikt: GPT-5

Friendly assistant streamlining tasks, supporting analysts & developers with Basedriver.

How do I  
troubleshoot an

Can you write a  
new workitem

Upload a  
HTML/Smarty file  
and Convert the...

Create client  
documentation  
based on these...

### Projecten

📁 Nieuw project

📁 Basedriver marketing assis...

📁 PowerBI assistant

📁 Hardloopcoach

📁 Basedriver images

📁 Your Daily Briefing

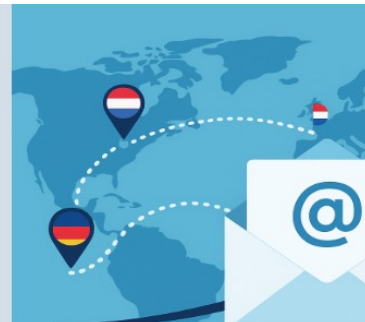
Good morning team, this is your briefing for 4 november. Black Friday is in 24 days — time to prepare campaigns.

1. Mailings Today

2025-11-04 08:05:02

## Internationale e-mail CTR-benchmarks voor de media-industrie

16 mei 2025 - 2 minuten



**Webinar** — Vrijdag 7 november 2025 — 09:30 tot 10:00

**Next-Gen Nieuwsbrieven**  
Hoe AI de rol van e-mail opnieuw definieert

Speciaal voor publishing professionals die verantwoordelijk zijn voor **abonnementen, engagement** en/of **digitale groei**.

Door Peter van der Schaar, oprichter van Basedriver

Gratis webinar

### Next-Gen Nieuwsbrieven: Hoe AI de rol van e-mail opnieuw definieert

Ontdek tijdens dit webinar hoe nieuwsbrieven opnieuw het hart vormen van de marketingstrategie voor publishers. AI verandert hoe lezers content vinden via search en social, waardoor direct bereik belangrijker wordt dan ooit.

Leer hoe je met slimme personalisatie, data en content jouw nieuwsbriefstrategie toekomstbestendig maakt en meer waarde haalt uit iedere lezer.

**Vrijdag 7 november 2025**  
**09:30 – 10:00 uur**  
**Voor uitgevers in NL & BE**

**Programma (30 minuten)**

- Introductie (5 min)** – Waarom nieuwsbrieven weer centraal staan in publishing
- Achtergrond (10 min)** – Impact van AI op web traffic en discovery, en wat dit betekent voor publishers
- Best practices (10 min)** – Voorbeelden uit NL, BE en internationaal
- Q&A & afsluiting (5 min)**

**Thema's**

[direct inschrijven](#)

🔒 We bewaren je gegevens zorgvuldig

**Praktisch**

- Online via Teams — link na inschrijving
- Gratis deelname
- Opname en slides worden gedeeld

**Over de host**  
Peter van der Schaar is oprichter van Basedriver en werkt al meer dan 20 jaar met publishers in Nederland en België. Hij helpt uitgevers om waarde te halen uit data, content en campagnes. Tijdens dit webinar deelt hij inzichten en praktijkervaringen.

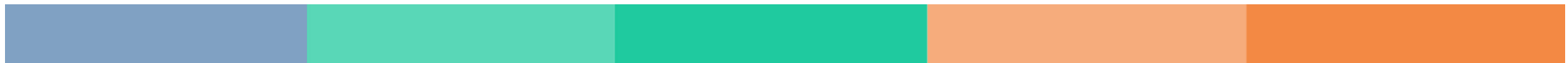
*"AI verandert hoe lezers jou vinden, maar de nieuwsbrief bepaalt of ze blijven."*

direct bereik via e-mail  
tdagingen  
voor abonnee- en advertentiegroei  
en marketing samen te laten werken

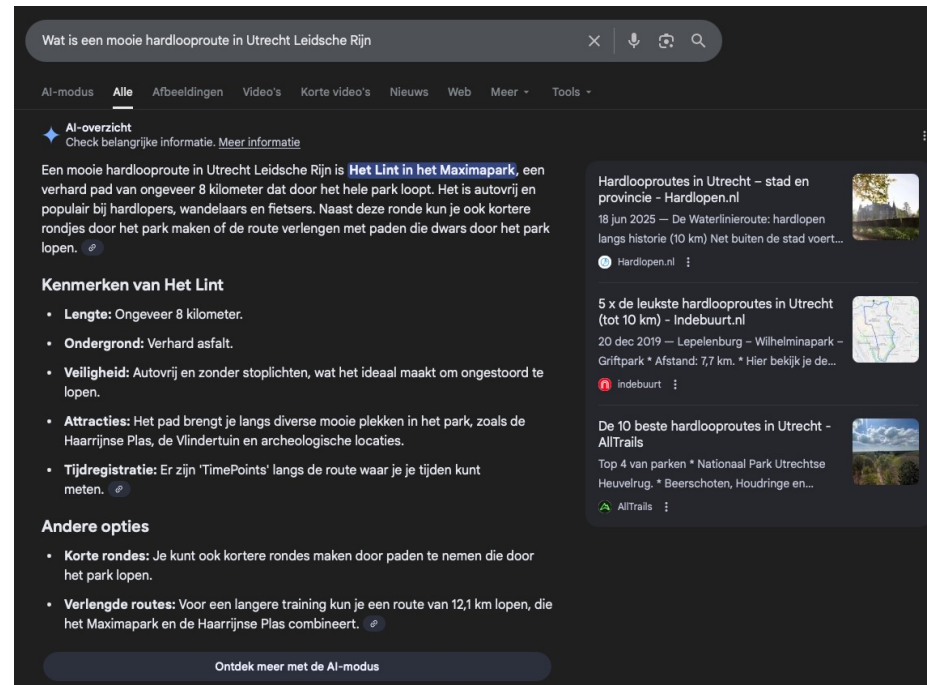
|                       | For Us | For Users | For Recipients |
|-----------------------|--------|-----------|----------------|
| Personal Productivity |        |           |                |
| Process automation    |        |           |                |
| Innovation            |        |           |                |



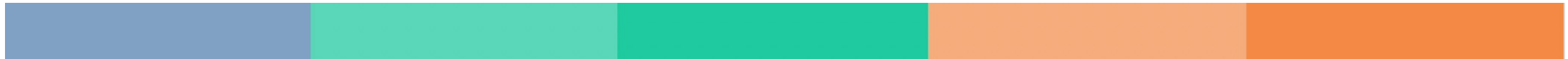
# De impact van AI op web-traffic



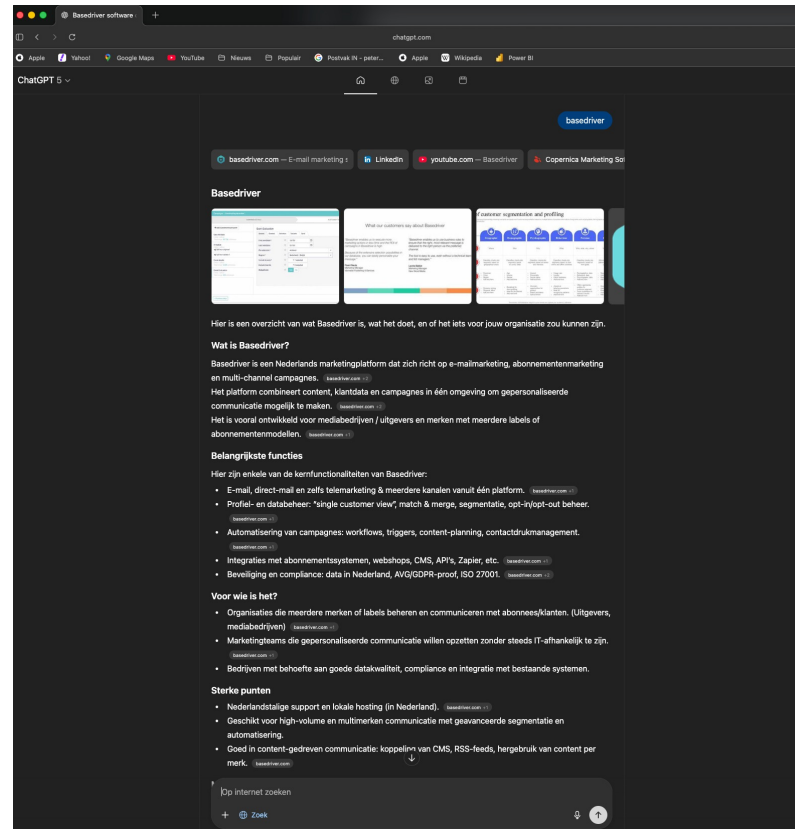
# AI is een superpower – maar er zijn ook nadelen



“Studies melden click-drops tot ~80% wanneer AI-samenvattingen boven de reguliere zoekresultaten staan”



# AI is een superpower – maar er zijn ook nadelen



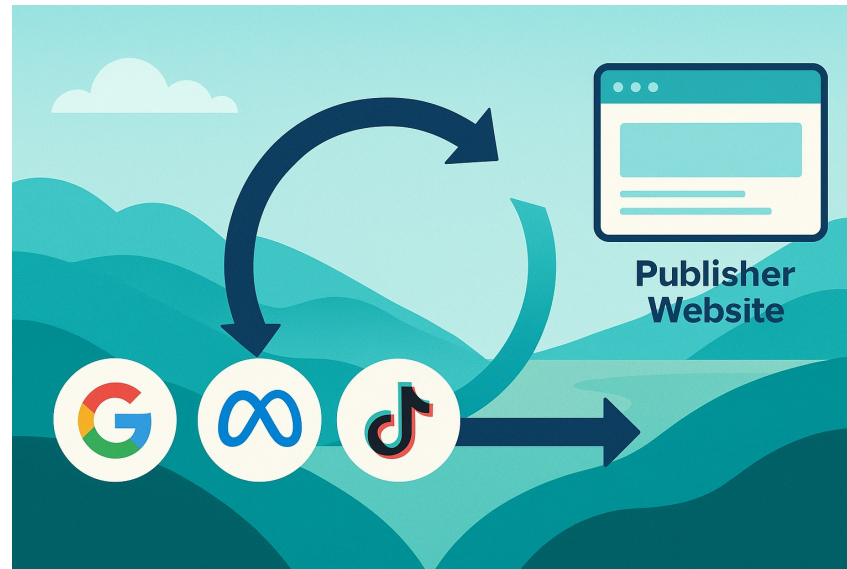
## De nieuwe Atlas-browser van OpenAI is volledig AI-first



Merk jij het effect van AI op het verkeer op de website?



Je verkeer is niet (meer) van jou...



Daarom moeten we terug naar de basis:  
directe relaties met lezers.

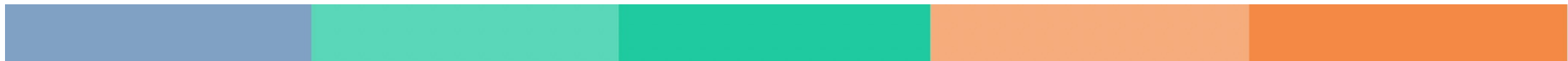


# Hoe WIRED haar strategie aanpaste

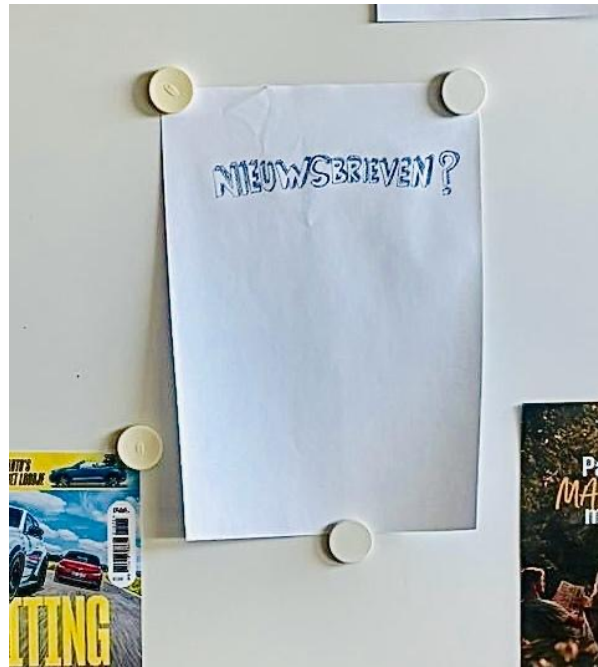
WIRED heeft de realiteit onder ogen gezien: social en search zijn geen betrouwbare groeimotoren meer.

In juli 2025 kondigde het merk een **nieuw abonnementsmodel** aan met een paar duidelijke pijlers:

1. **Vijf wekelijkse, premium nieuwsbrieven** geschreven door eigen journalisten (exclusief voor abonnees).
2. **Bi-maandelijkse livestream AMAs** met redacteurs: directe interactie, hogere betrokkenheid.
3. **Community-functionaliteit** (actieve commentaren) om binding te creëren buiten de platformen van Big Tech.
4. **Audio-versies van artikelen** voor leden – slim, want audio is een kanaal waar AI-scraping lastiger is en waar loyaliteit hoog is.
5. **Verticale video's en een eigen podcast ("Uncanny Valley")** om nieuwe doelgroepen te bereiken, maar binnen een **eigen betaalmuur-/abbonnementsecosysteem** te converteren.



# Nieuwsbrieven zijn terug van nooit weggeweest



De nieuwsbrief is dé manier om je publiek direct te bereiken.  
Betrouwbaar, voorspelbaar, meetbaar en helemaal van jou.

Maar dan moeten we het wel serieus nemen



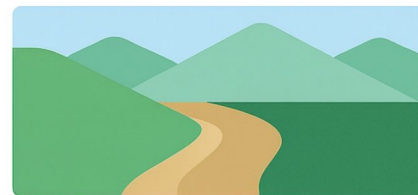
# Één voor allen of allen voor één?

## 100.000 nieuwsbrieven voor 100.000 ontvangers

Hoi Peter



Hoi Peter



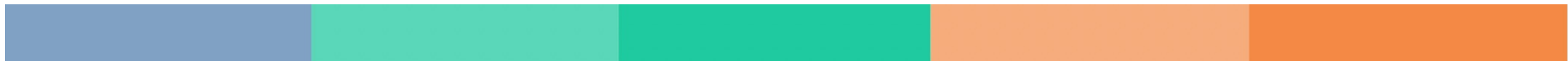
TRAIL RUNNING



BIKING



EVENTS



Het probleem is content en data...  
toch?

Maar gelukkig... AI is een superpower!



“Gebruik jij AI bij het maken of verbeteren van nieuwsbrieven?”



# AI: The Future?

2024

*If you did, what for?*

Copywriting: **31%**  
Personalization: **16%**  
Finding Trends: **12%**  
Better Segmentation: **12%**  
Code from Scratch: **10%**  
Campaign Ideas: **10%**

2025

Copywriting: **87%**  
Personalization: **45%**  
Finding Trends: **20%**  
Better Segmentation: **19%**  
Code from Scratch: **15%**  
Campaign Ideas: **10%**  
Design: **10%**



This shows that we're finding new use cases than what we originally believed we'd use AI for; the biggest use case is copywriting.

While AI is displacing some of the basic newsletter and subject-line work, copywriters are increasingly shifting into **editorial, strategy, and oversight** roles, ensuring that copy truly connects, converts, and aligns with brand values – even if it is AI generated from the beginning.

Bron: <https://reallygoodemails.com/school/inbox-evolution-2025-rge-email-trends>

# Personal Productivity: AI als redactie assistent

Kleine, praktische toepassingen die direct tijd besparen.

✉ Inspiratie voor subjectlines

→ Snel 10 varianten genereren 'Schrijf 10 suggesties voor...'

✍ Doen van verbeter suggesties

→ Laat AI verbeter suggesties doen 'Je bent een <doelgroep omschrijving>, maak vier mogelijke verbeteringen voor...'

🌐 Automatisch content genereren op basis van webtekst

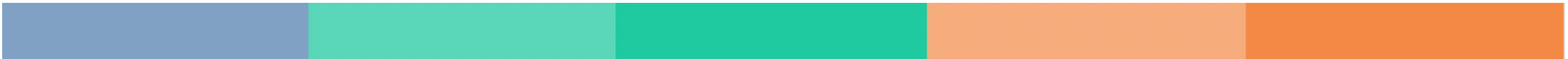
→ Samenvatten van bestaande artikelen of blogposts voor e-mail 'beschrijf de vier belangrijkste punten uit <> voor <doelgroep>'

💬 Herschrijven per doelgroep

→ Eén tekst, verschillende varianten (verschillende doelgroepen).

📅 Planning- en workflow-assistentie

→ AI maakt concept-planning op basis van frequentie en thema's. 'beschrijf 10 mogelijke thema's voor <>'



# Personal Productivity: AI als content partner

Je koppelt AI aan jouw processen en data

🧩 **Project inrichten met instructies velden voor e-mail en instructies voor branding en tone-of-voice**  
→ Voor consistentie, branding en mogelijke output direct geschikt voor jouw verzendsysteem

🧠 **AI-gedreven personalisatievoorstellen**  
→ “Lezers die dit klikten, lezen ook...”



# Process automation: AI als geïntegreerde motor

AI werkt autonoom binnen jouw ecosysteem

 **Automatisch content verzamelen, cureren, inlezen als feed in ESP**

→ AI selecteert artikelen uit CMS of RSS.

 **Automatisch subject lines schrijven en testen**

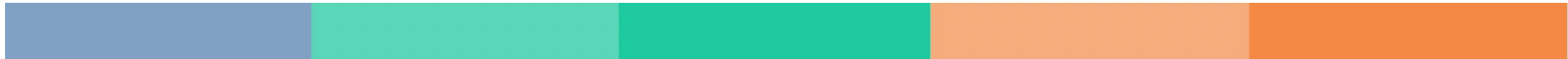
→ A/B-optimalisatie zonder handwerk.

 **Volledige koppeling met first-party data**

→ AI personaliseert op basis van voorkeuren, gedrag en profiel.

 **Leadverrijking en kwalificatie**

→ AI beoordeelt leads, verrijkt data en geeft een volledige account briefing



# Hoe pak je dat aan?

Neem vooral de tijd om te experimenteren!



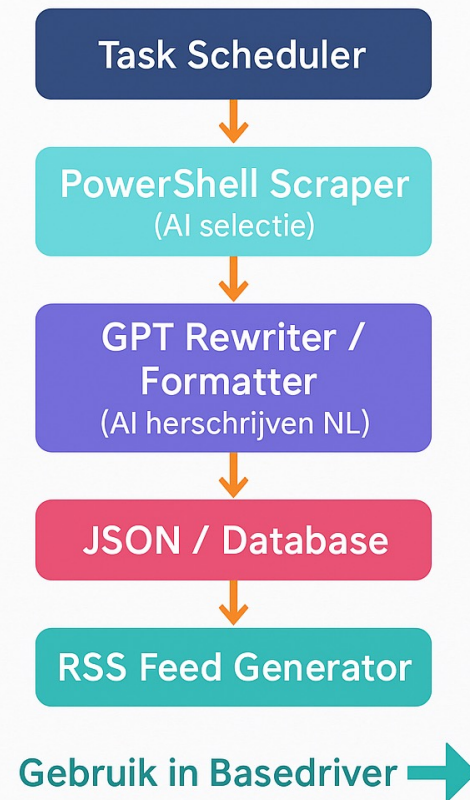
# Gebruik AI bijvoorbeeld voor content-discovery

Ik wil een tool maken met PowerShell en GPT die een aantal internationale marketing websites scant, de artikelen selecteert die interessant zijn voor in de nieuwsbrief van Basedriver en deze vervolgens in een RSS feed publiceert. Geef me een overzicht van de verschillende systemen/scripts/toepassingen die daarvoor nodig zijn

Hieronder krijg je een gestructureerd overzicht van de onderdelen die je nodig hebt:

## 1. Overzicht van de architectuur

| Onderdeel                    | Doel                                                      | Technologie                                                        |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Content Scraper              | Ophalen van artikelen van marketingwebsites               | PowerShell (Invoke-WebRequest) of Python (BeautifulSoup, Requests) |
| Content Analyzer (AI-filter) | Selecteren van relevante artikelen m.b.v. GPT             | GPT via OpenAI API                                                 |
| Data Store                   | Tijdelijke opslag van gescande en geselecteerde artikelen | JSON, SQLite, of een kleine Azure Table / SharePoint list          |
| RSS Generator                | Publiceren van de geselecteerde artikelen als RSS-feed    | PowerShell-script dat XML genereert                                |
| Scheduler / Automation       | Periodieke uitvoering (bijv. dagelijks)                   | Windows Task Scheduler of Azure Automation                         |
| Logging & Monitoring         | Rapportage over resultaten en fouten                      | PowerShell transcript / Logbestand / e-mailrapport                 |



# Het resultaat in de nieuwsbrief

HOME

E-MAIL MARKETING

ABONNEMENTEN MARKETING



*Peter*  
oprichter van Basedriver

## Begin het jaar goed met aandacht voor campagnes én deliverability.

Ook in januari zijn er weer veel ontwikkelingen: bij Basedriver maar ook op het gebied van e-mail marketing.

Daarom in deze nieuwsbrief:

- Deliverability ontwikkelingen in 2026.
- Kennismaken met Nathalie Bouvrie.
- Inhakers op de marketingkalender.

## Oeps: verkeerde titel, goede les

In onze vorige nieuwsbrief zat een foutje: een verkeerde titel. De titel is vaak het eerste wat mensen zien dus ik kreeg er direct opmerkingen over.

Het zette me weer even scherp: campagnes verdienen net wat meer **aandacht** voordat je op verzenden drukt. Even checken of onderwerp, preheader, links en doelgroep kloppen scheelt gedoe achteraf.

Het levert ook meteen weer een idee op. Want als ik hier last van heb, dan hebben onze klanten dat vast ook. Hoe we jullie kunnen helpen dit soort foutjes niet meer te maken? Daar hoor je binnenkort meer over. Het heeft in ieder geval te maken met **AI**.

Maar zoals in de vorige nieuwsbrief beloofd, stellen we nu **Nathalie Bouvrie** wél aan je voor. En omdat de **inbox het startpunt** is van iedere campagne, tips om ook in 2026 jouw e-mails goed te laten landen.



## E-mail deliverability in 2026: wat je extra inboxing op peil te houden

In 2026 wordt deliverability minder vergevingsgezind. Grote mail strikter op bulk mail:

- **afmelden moet frictieloos** en snel verwerkt worden,
- **lijst hygiëne** weegt zwaarder,
- consequenties zijn sneller zichtbaar (van lagere plaatsing naar rejections).

In onze nieuwe blogpost lees je wat er concreet anders wordt v don'ts en voorbeelden van dingen die in 2025 soms nog "net go 2026 sneller tegen je gaan werken.

[Lees het hele artikel](#)

## Marketingkalender 2026

### Inhakers op de marketingkalender

Wil je in Q1 meteen slim inhaken? Hieronder vind je de belangrijkste momenten.

#### Inhakers in de komende we

28 januari: Data Protection D  
29 januari: Gedichtendag

6 t/m 22 februari: Olympische  
14 februari: Valentijnsdag  
14 t/m 16 februari: Carnaval  
17 februari: Chinees Nieuwjaar  
18 februari: Start Ramadan (v

1 maart: Nationale Compliance

Praktische tip: Bescherm je ir met een korte checklist of "3 vertrouwen. Dat werkt goed a

## Van het web, voor jou geselecteerd

More AI for the Gmail inbox isn't the end of email marketing *MarTech.org*

The EC further pushes to rein-in Google's ad tech monopoly *DigiDay*

Why AI-powered agencies will be at the forefront of marketing's next digital revolution *MarketingWeek*

7 AI Competencies Marketers Must Master in 2026 *CMSWire*

3 strategies for killing AI slop in your email copy *MarTech.org*

Maar... content is geen asset meer  
Een whitepaper maak je in 10 minuten  
Dat kan iedereen!

Wat hebben we nodig? Gebruik AI voor innovatie in marketing



# Nieuwe vormen van leadgeneratie *voorheen te kostbaar, nu binnen handbereik*

• free campaign check

## Crunch-check your campaign email before you hit send

Deliverability, content, and expected engagement in under **2 minutes**.

- ☐ Uses your real ESP email (test send or production send).
- ☐ Report in your email language (we detect it automatically).
- ☐ PDF download ready for sharing.

### Get your ingest address

Enter your email, accept the Terms, opt in, and you are ready to crunch.

Email address

We will show your report in the web UI. No login required.

☐ I agree to the [Terms](#) (required)

☐ Subscribe me to the Basedriver newsletter (required to proceed)

[Why?](#)

**Generate ingest address**

No cookies. Attachments will be removed automatically.

By continuing, you confirm you have permission to analyze this email content.

### How it works

Three steps. Zero drama.

Step 1

#### Get an ingest address

We generate a unique address. Copy it in one click.

Step 2

#### Send your ESP email

Send a test or production email directly from your ESP to the ingest address.

Step 3

#### Crunch your report

View your results in the web UI and download a PDF.

### What you get

The essentials, presented like you have a deadline.

Deliverability

SPF, DKIM, DMARC alignment  
Authentication-Results interpretation  
List-Unsubscribe presence  
Received chain summarized as domains

Content

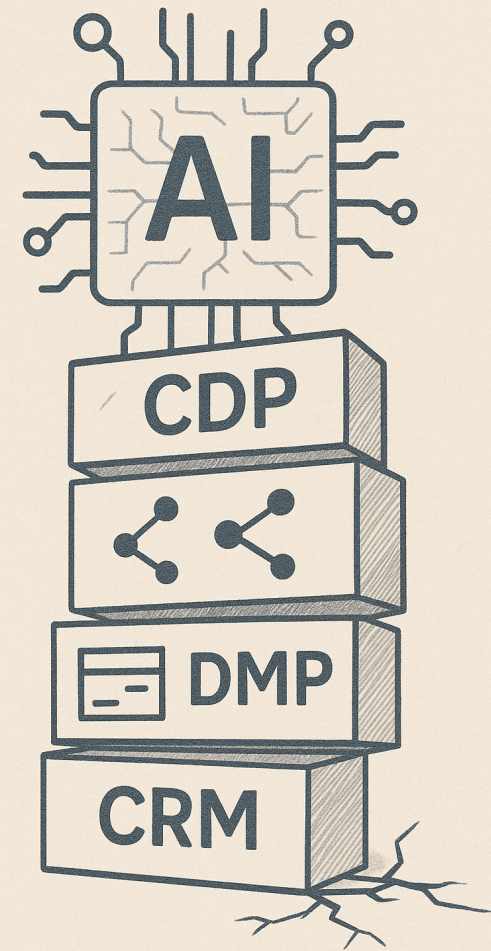
Spam heuristics and red flags  
Links and tracking consistency  
HTML quality and accessibility hints  
Subject line improvement ideas

Engagement

Expected engagement estimate  
Practical tips to increase clicks  
"What to test" suggestions



Zonder betrouwbare data bereik je ook met AI niet de juiste doelgroep met de juiste boodschap.



# Meer aandachtspunten en valkuilen

## **Te veel vertrouwen op AI-output**

→ Je neemt teksten over zonder redactionele controle.

Gevolg: onnauwkeurige of generieke content, soms zelfs feitelijke fouten.

## **Verlies van redactionele tone-of-voice**

→ AI schrijft glad en neutraal; de unieke stem van je merk verdwijnt.

Zeker gevaarlijk voor titels met een eigen redactionele stijl.

## **Gebrek aan context of merkbegrip**

→ AI begrijpt niet altijd je doelgroep, merkbeloofte of nuances van de redactie.

Output kan daardoor inhoudelijk goed lijken, maar strategisch verkeerd zijn.

## **Geen duidelijke workflow of eigenaarschap**

→ Wie bepaalt wat AI mag genereren, controleren of publiceren?

Zonder afspraken ontstaat chaos en onduidelijkheid.



# Meer aandachtspunten en valkuilen

## Inconsistentie tussen kanalen

→ AI maakt verschillende versies van dezelfde boodschap, waardoor toon en boodschap uiteenlopen op e-mail, social en web.

## Privacy en compliance risico's

→ Teksten of data worden onbewust gedeeld met externe AI-tools.

Denk aan persoonsgegevens of commerciële content in prompts.

## Verkeerde verwachtingen van tijdswinst

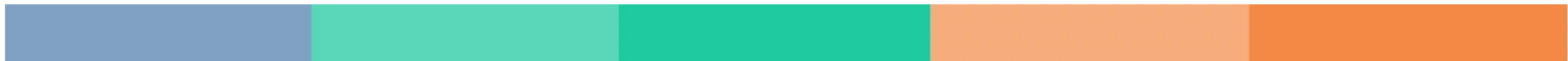
→ In het begin kost AI juist méér tijd door testen, aanpassen en prompt fine-tuning.

Zonder proces blijft het “extra werk” in plaats van efficiëntie.

## Creatieve luiheid

→ Teams stoppen met zelf nadenken.

Terwijl AI juist krachtig is als *aanvulling* op menselijke creativiteit, niet als vervanger.



## Wat wij kunnen doen om je hiermee te helpen

1. Oplossingen bedenken om jouw AI-idee in campagnes te verwerken
2. Inrichten van campagnes en opvolging
3. Actieve ondersteuning en ideeën



# Vragen?

www.basedriver.com  
[Peter@basedriver.com](mailto:Peter@basedriver.com)



Bedankt voor jouw aandacht!

