

AI in publishing

Trendrapport



Introductie

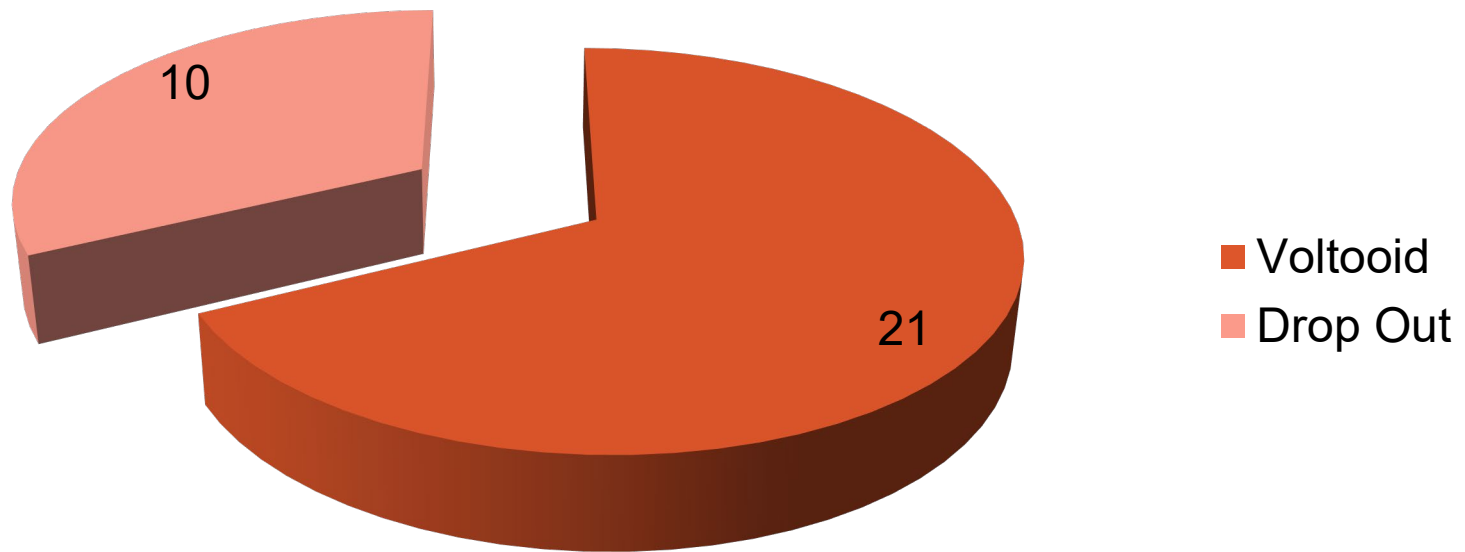
Met deze poll maakte Thomas More Research, in samenwerking met WE MEDIA, een momentopname bij Belgische uitgevers van Nederlandstalige kranten, magazines en gratis pers.

Hoe begeeft uw organisatie zich op de veelheid aan mediakanalen en maakt ze daarbij gebruik van vernieuwende hulpmiddelen om content te creëren, publiceren en hergebruiken? Dat was de focus van deze korte poll.

21 organisaties vulden de survey in. In dit verslag benoemen we de trends of tendensen die we ontwaren.

Respon s rate

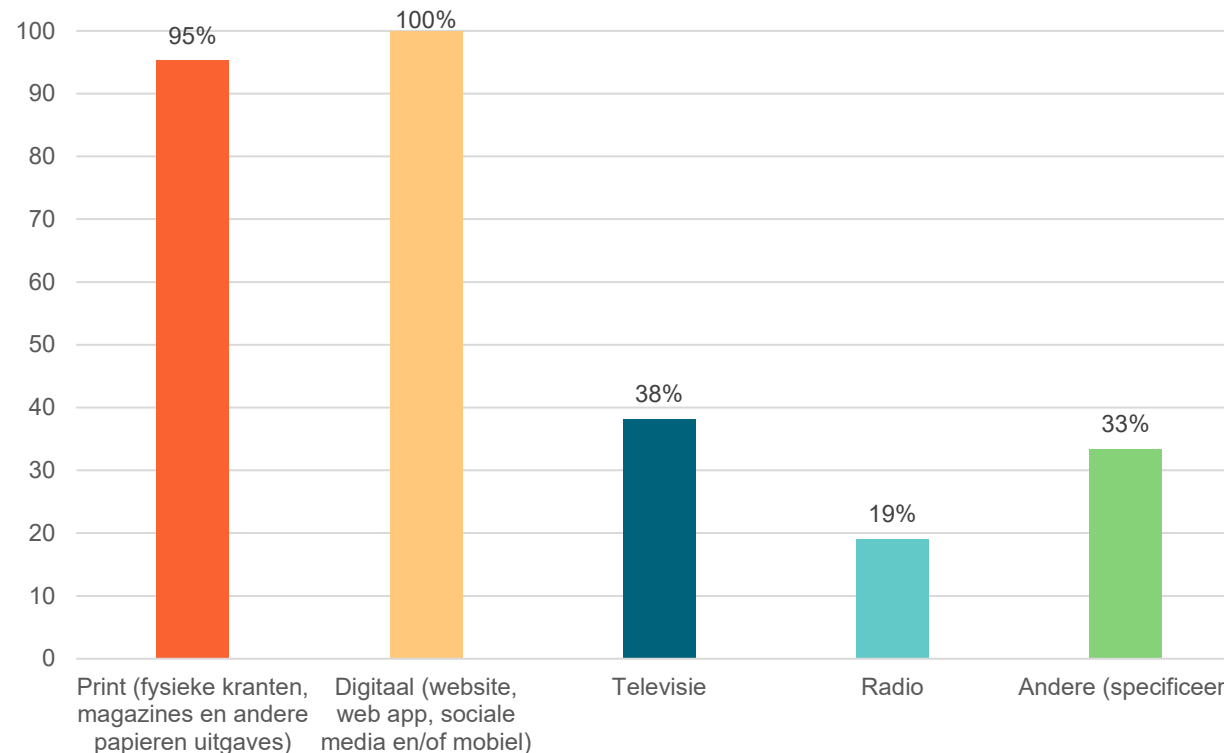
Voltooid / Dropout



Gebruik van diverse mediaplatformen en digitale kanalen

Multiplatform publishing

Via welke platformen bereikt uw organisatie haar doelpubliek?



Multiple choice-vraag waarbij meer dan één optie kon worden gekozen
Percentage weerspiegelt proportie van organisaties die aangeeft via deze optie doelpubliek te bereiken
Bij optie andere, is het meest voorkomende antwoord 'events'

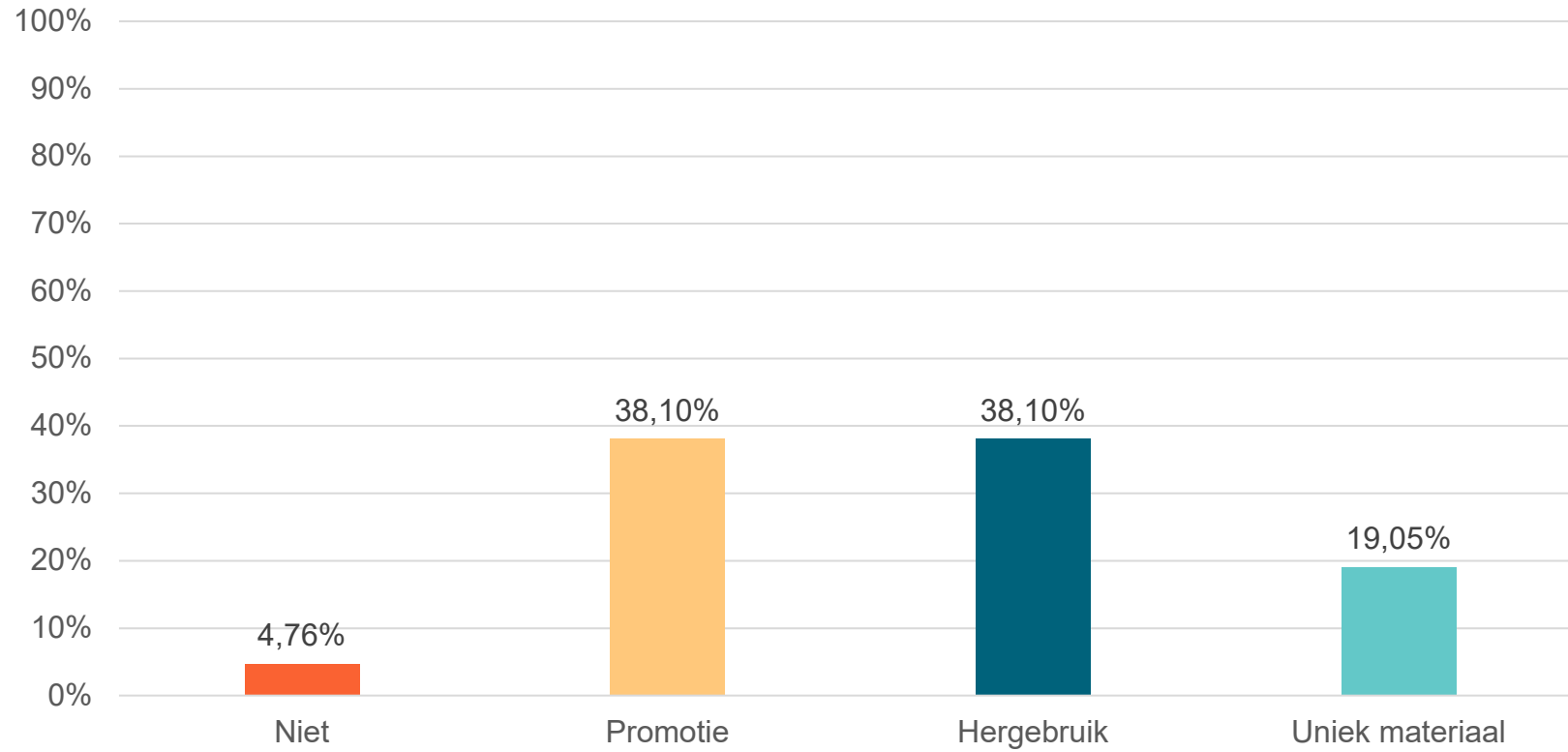
Gebruik van digitale kanalen

Hoe gebruikt uw organisatie volgende digitale kanalen voornamelijk om haar doelpubliek te bereiken?

- **Niet:** U gebruikt het kanaal niet om uw doelpubliek te bereiken
- **Promotie:** U gebruikt het kanaal voornamelijk om publicaties op andere platformen/kanalen te promoten
- **Hergebruik:** U brengt voornamelijk inhoud via het kanaal die een herwerking is van publicaties op andere platformen/kanalen
- **Uniek materiaal:** U brengt voornamelijk inhoud die uniek voor dit kanaal is gecreëerd

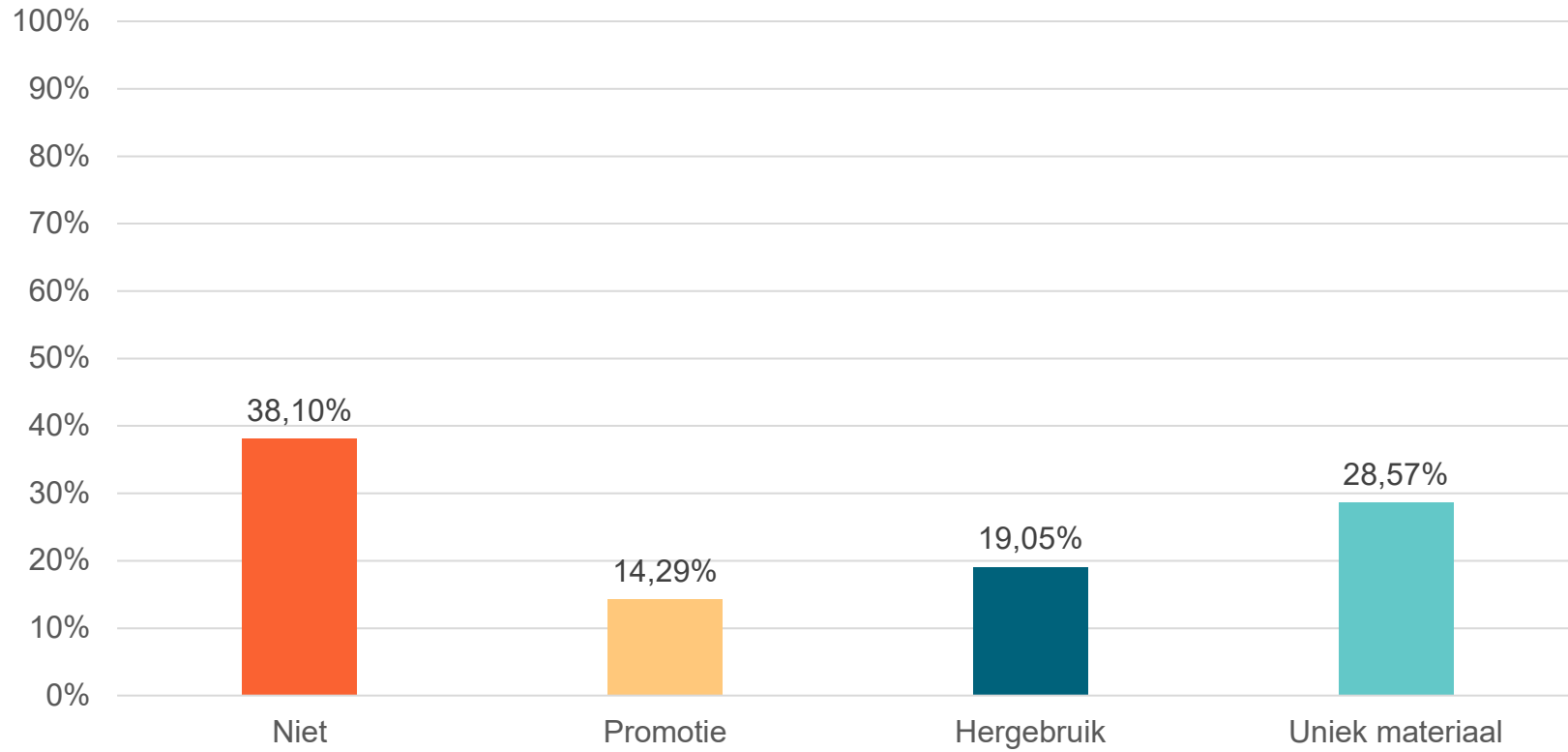
Gebruik van digitale kanalen

Facebook



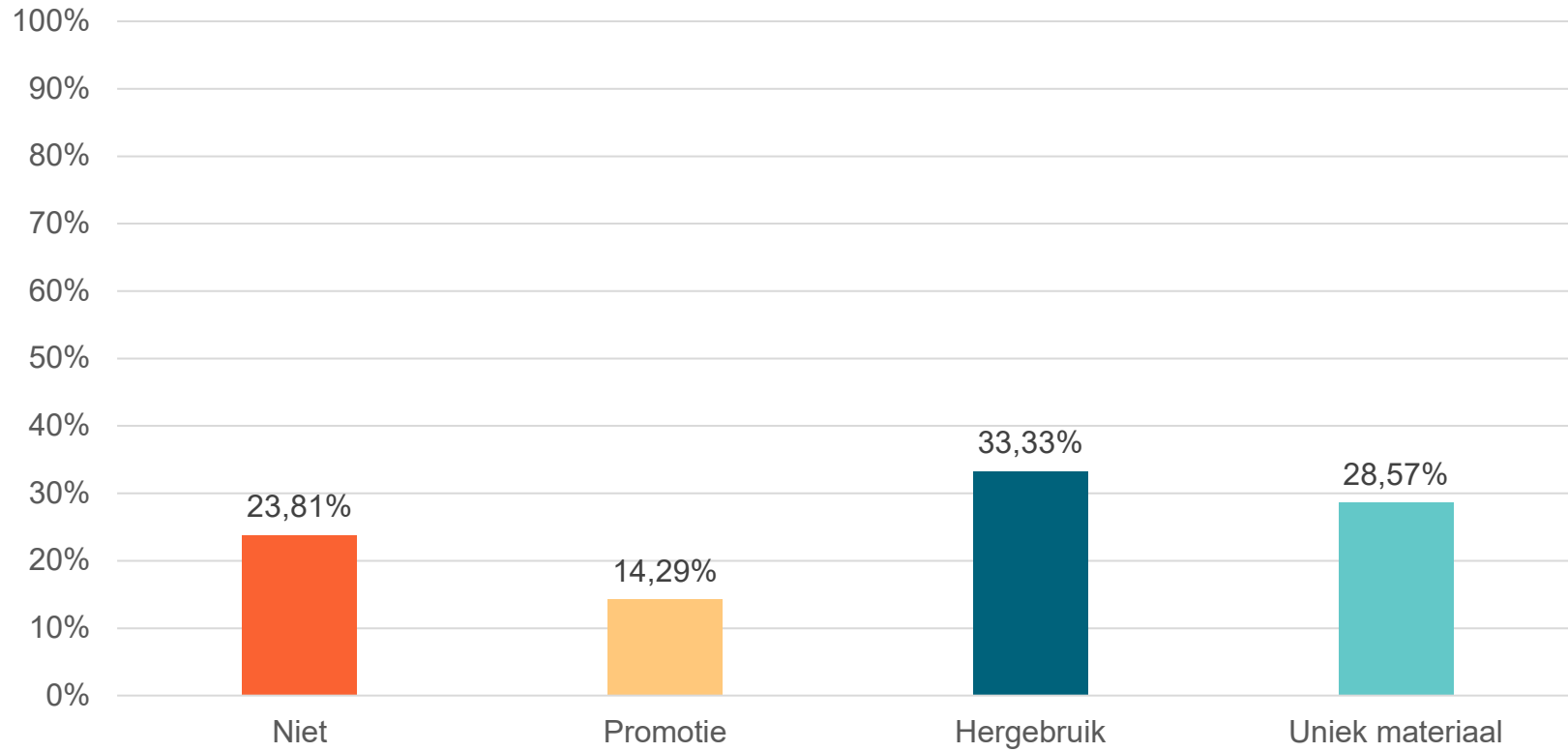
Gebruik van digitale kanalen

YouTube



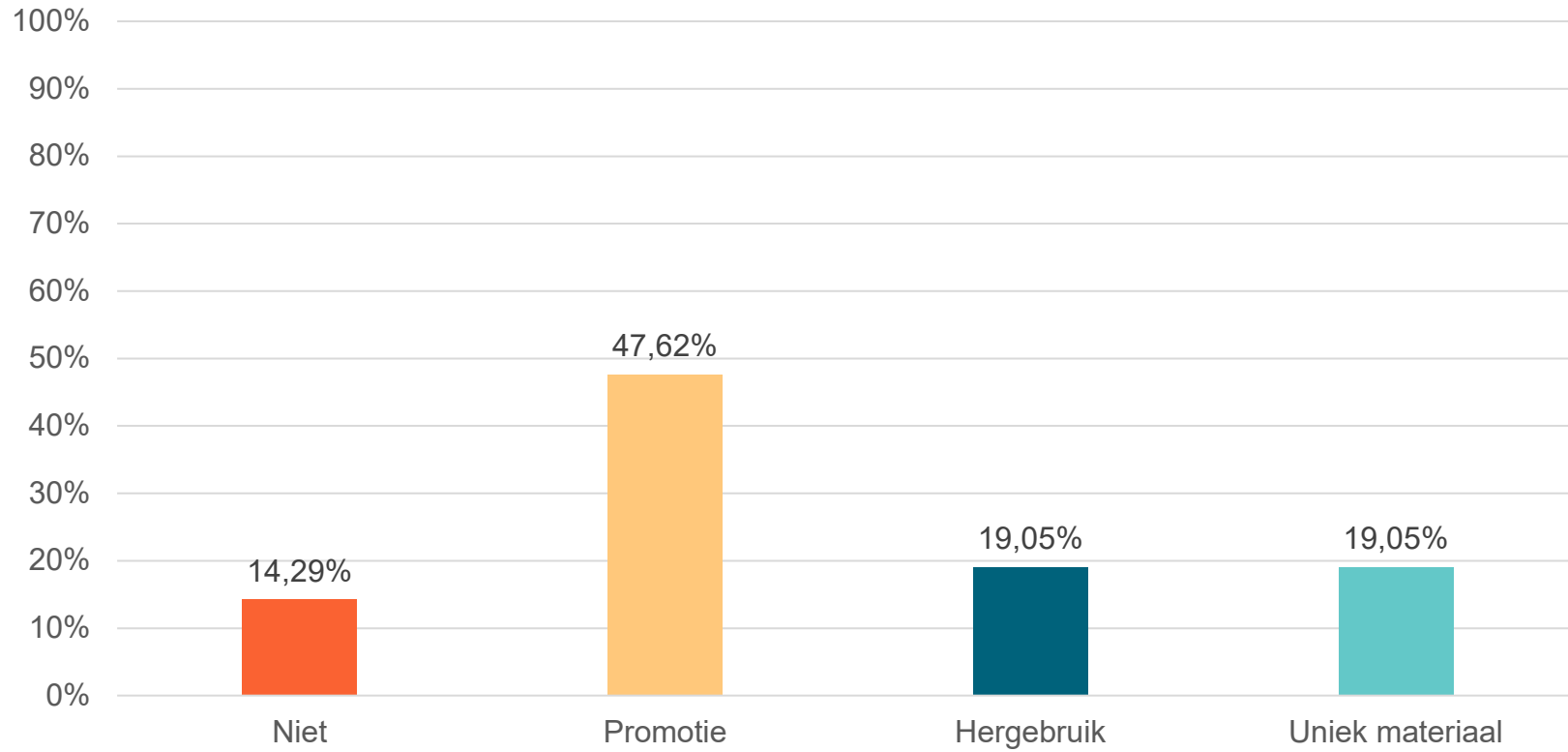
Gebruik van digitale kanalen

Instagram



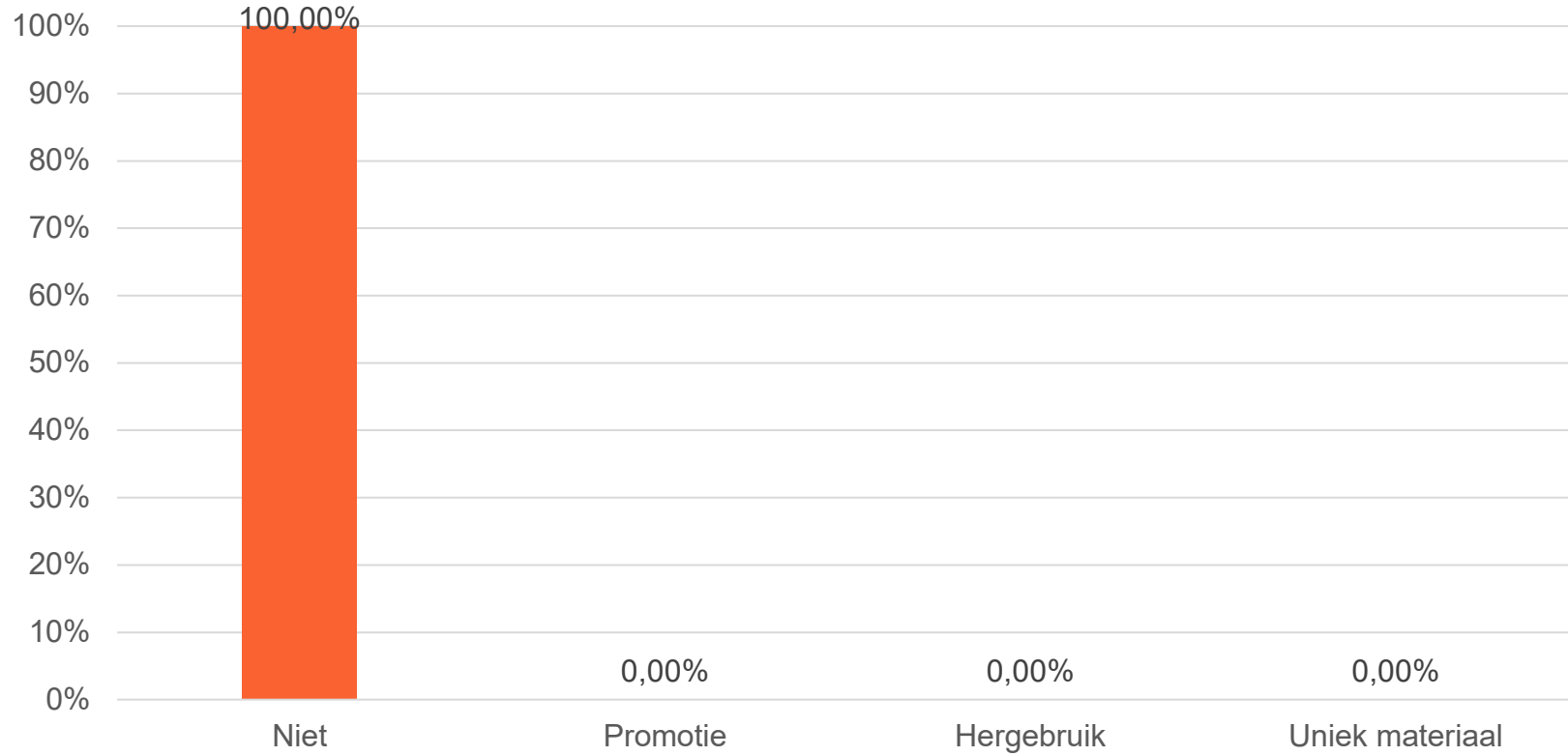
Gebruik van digitale kanalen

LinkedIn

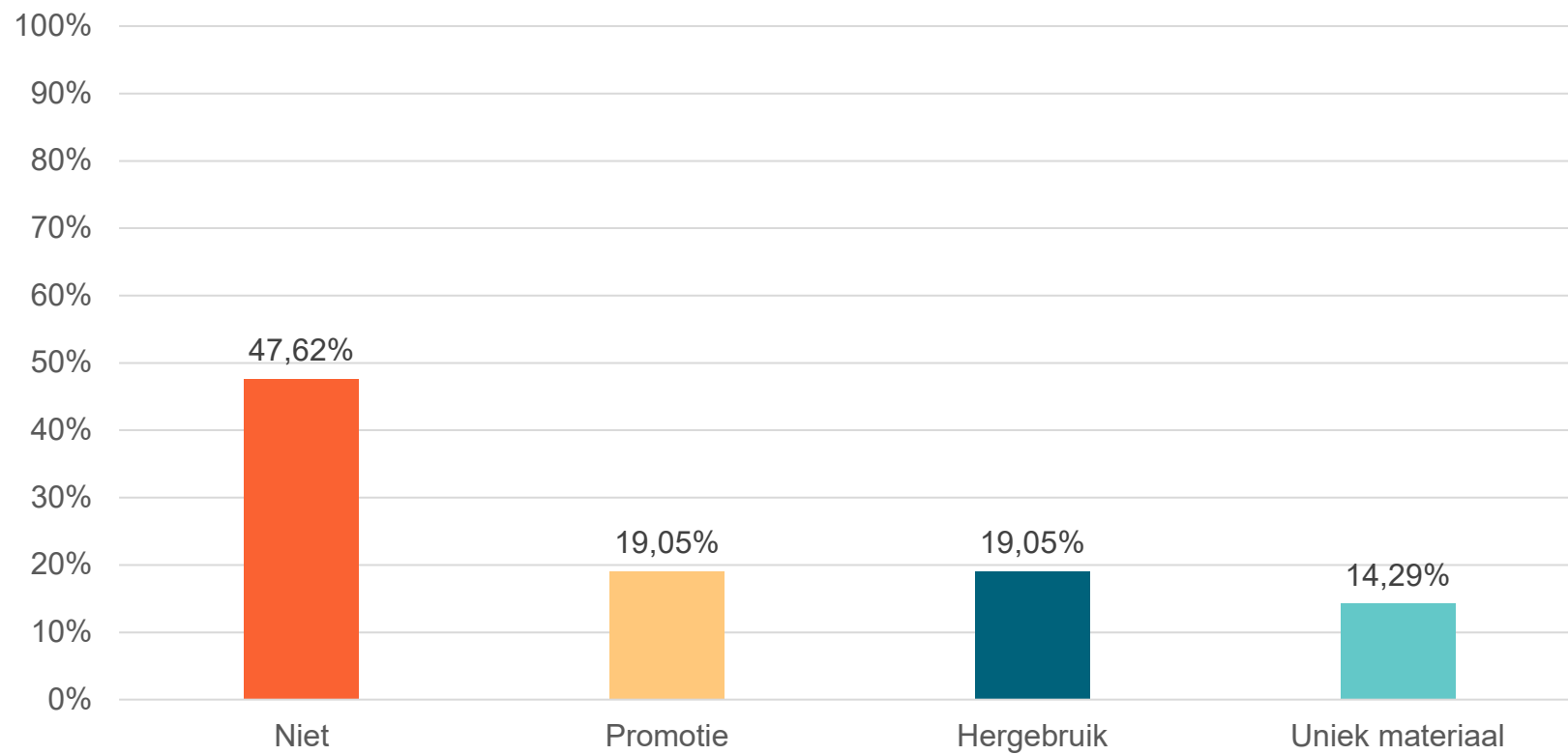


Gebruik van digitale kanalen

Pinterest

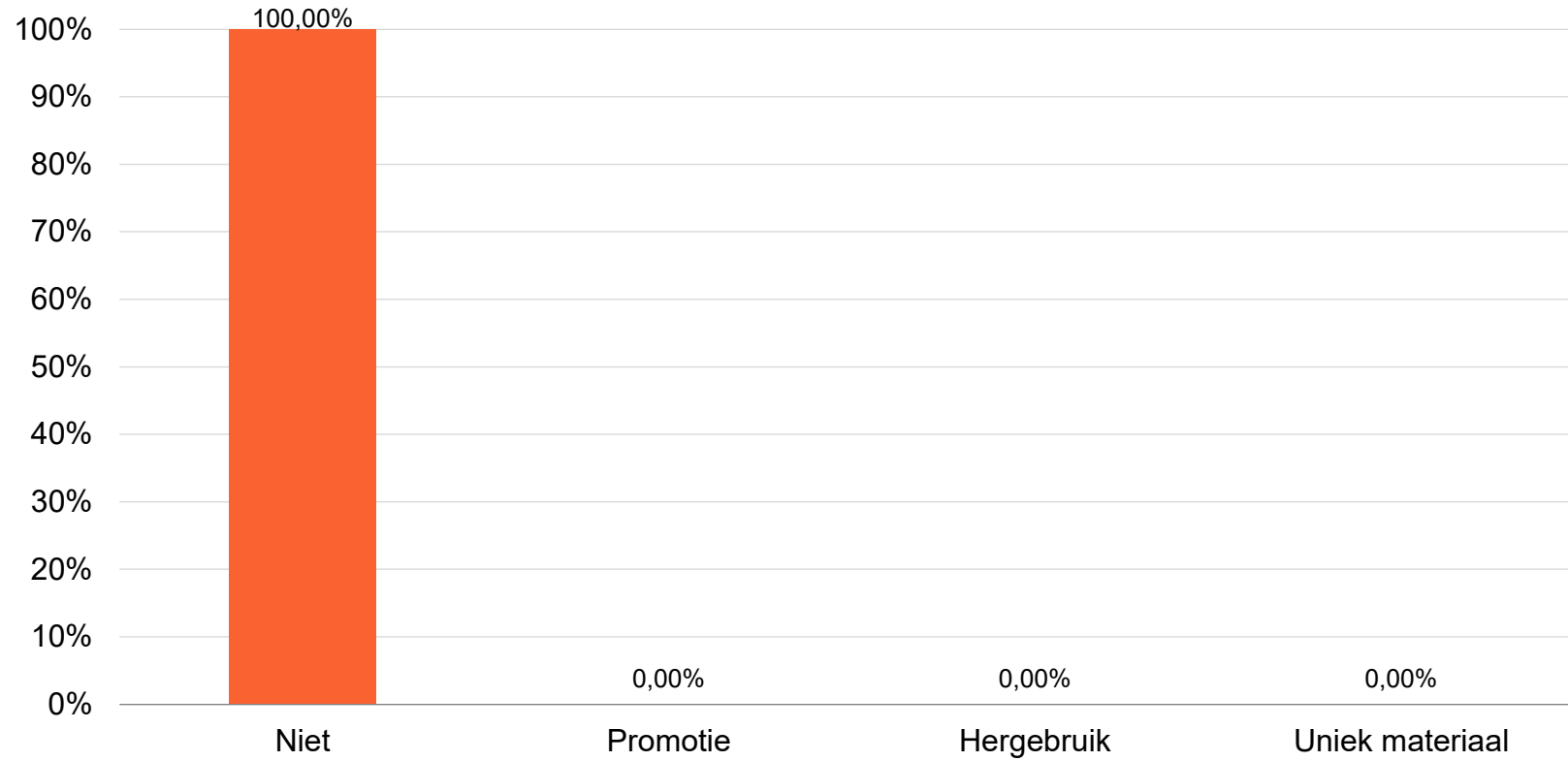


X (vroegere Twitter)



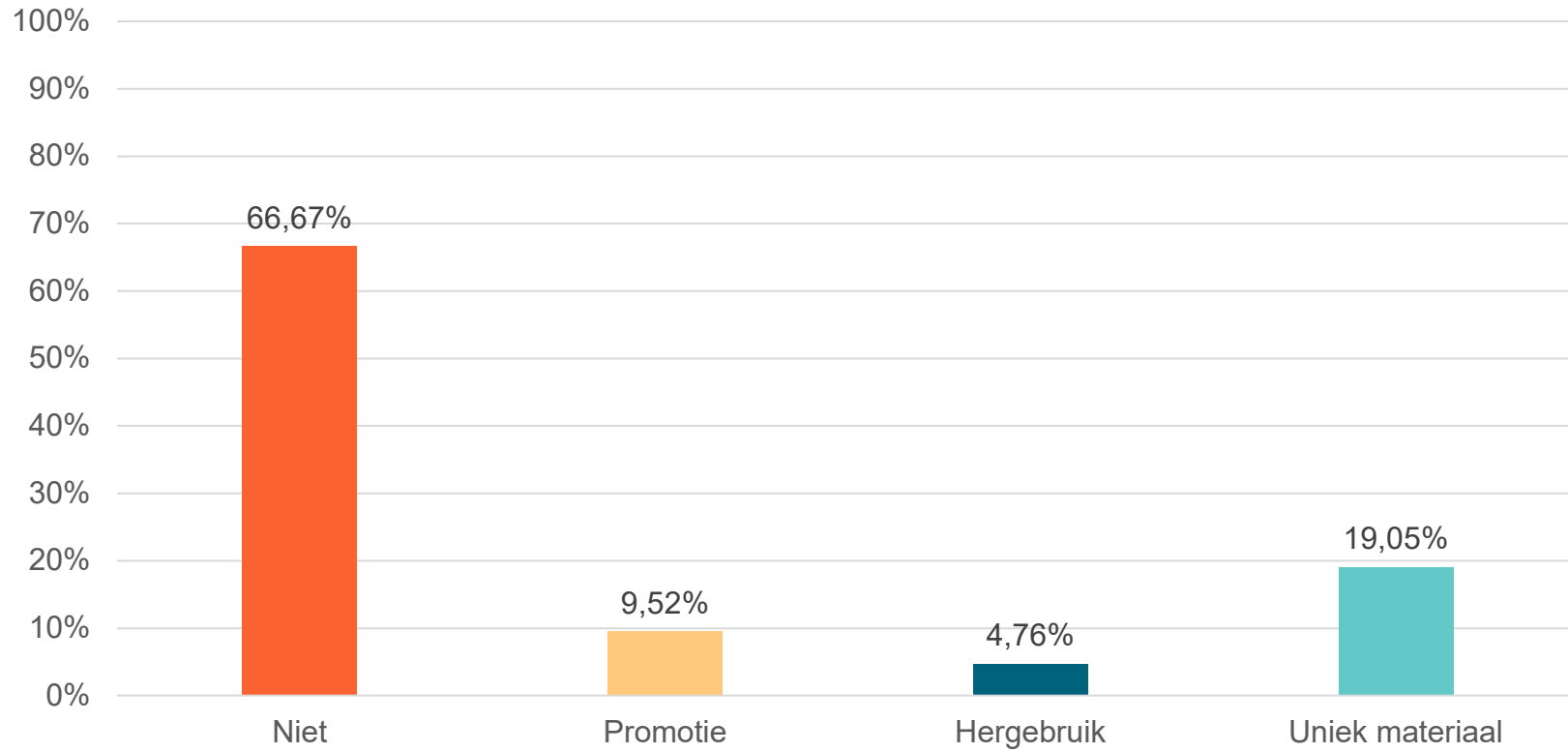
Gebruik van digitale kanalen

Snapchat



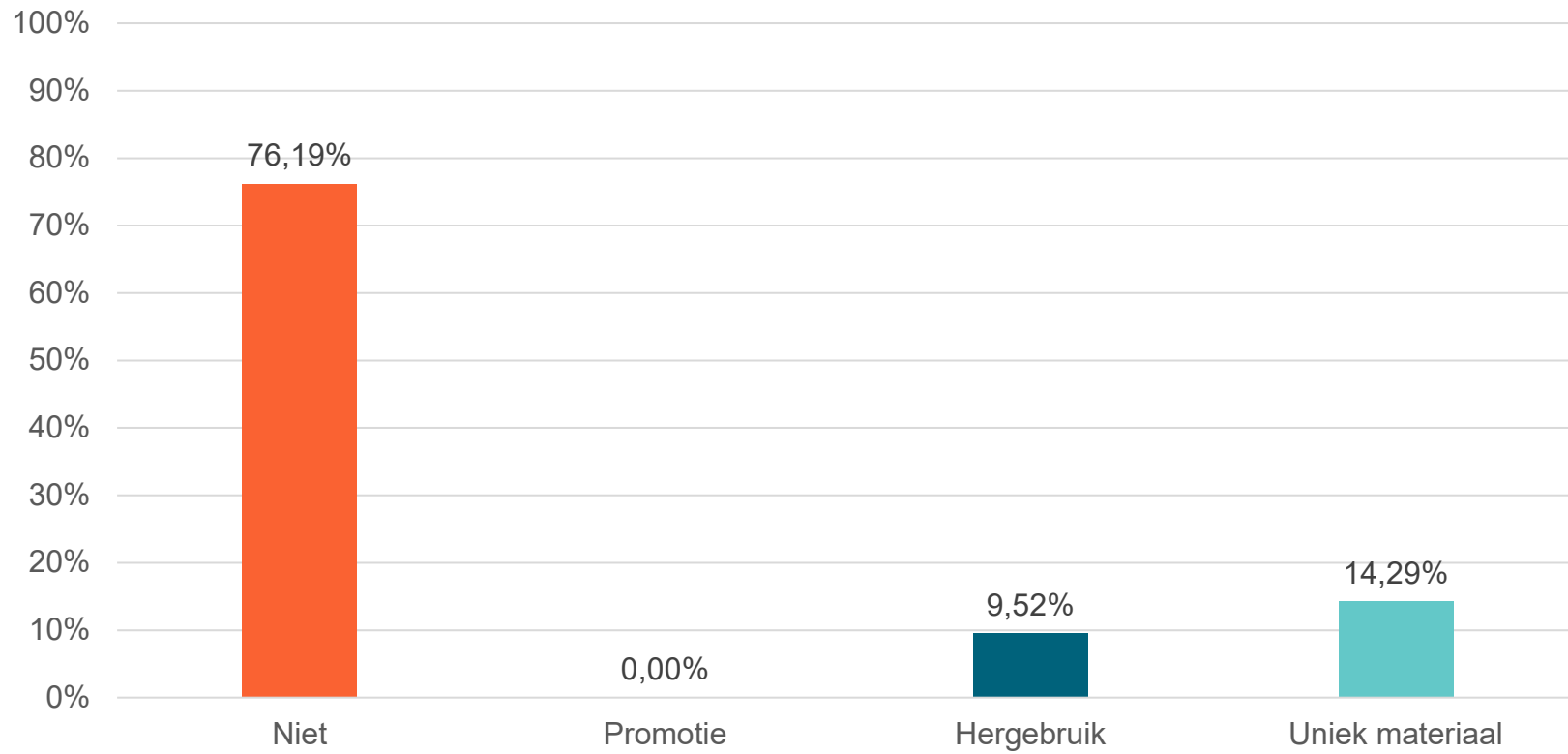
Gebruik van digitale kanalen

TikTok



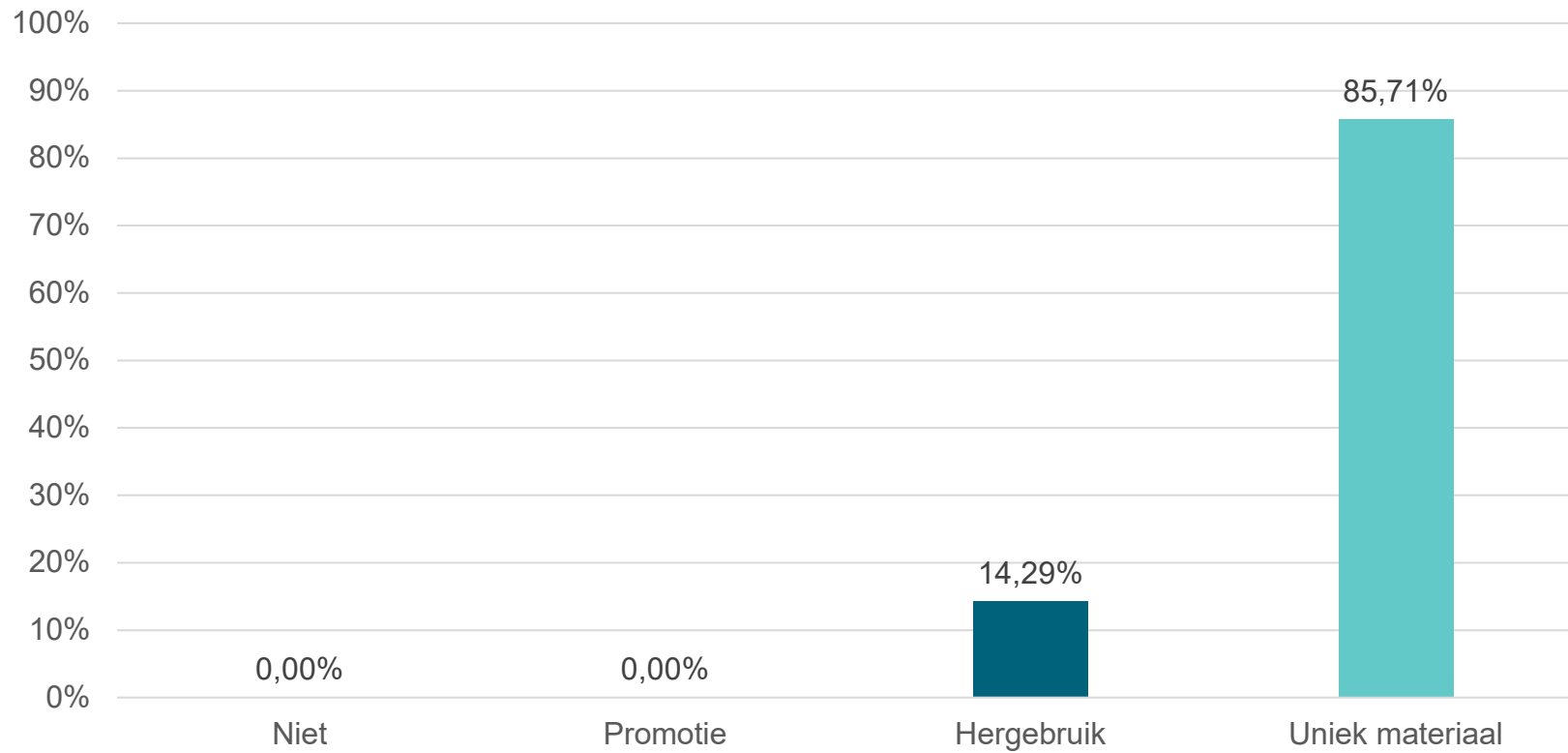
Gebruik van digitale kanalen

Vimeo

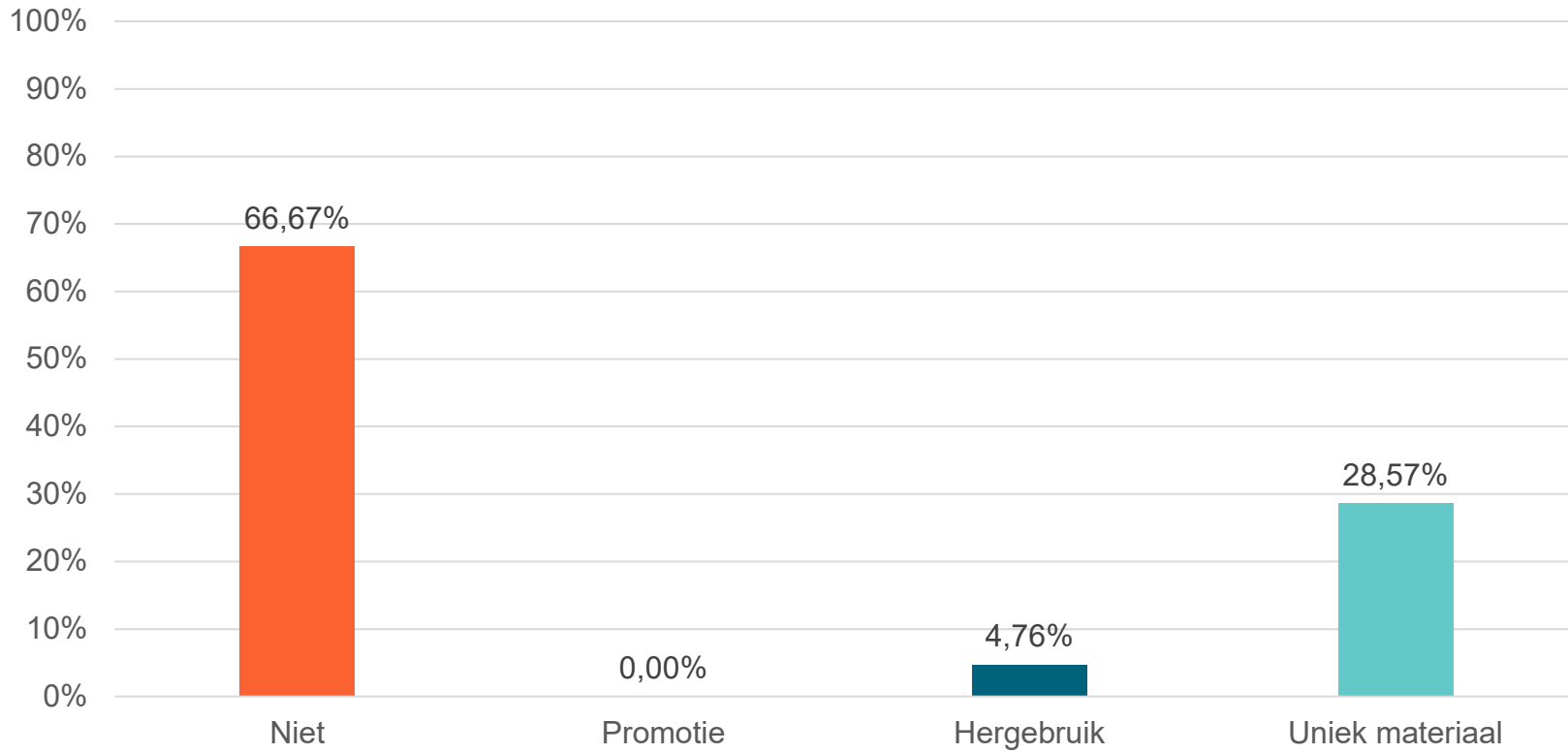


Gebruik van digitale kanalen

Eigen website



Eigen mobiele app



Gebruik van digitale kanalen > trends

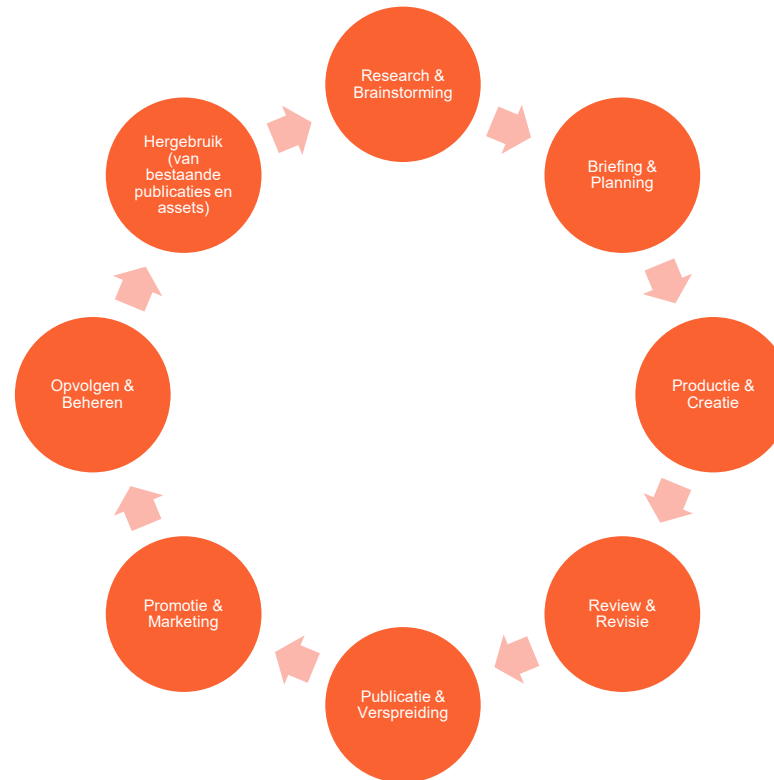
- **Facebook** wordt voornamelijk als **doorgeefluik** ingezet
- Als men **Youtube** inzet, dan is dat voornamelijk met **uniek materiaal**
- Bij **Instagram** en **X** is de manier waarop het primair wordt ingezet meer **divers**
- **LinkedIn** wordt eerder als **promotiekanaal** beschouwd
- **Snapchat** en **Pinterest** worden **niet ingezet**
- **TikTok**, **Vimeo** en **eigen mobiele app** worden ook **relatief weinig** gebruikt
- **Eigen website** vooral als plek via welke unieke content geboden wordt

Interesse, gebruik en implementatie

Artificiële intelligentie

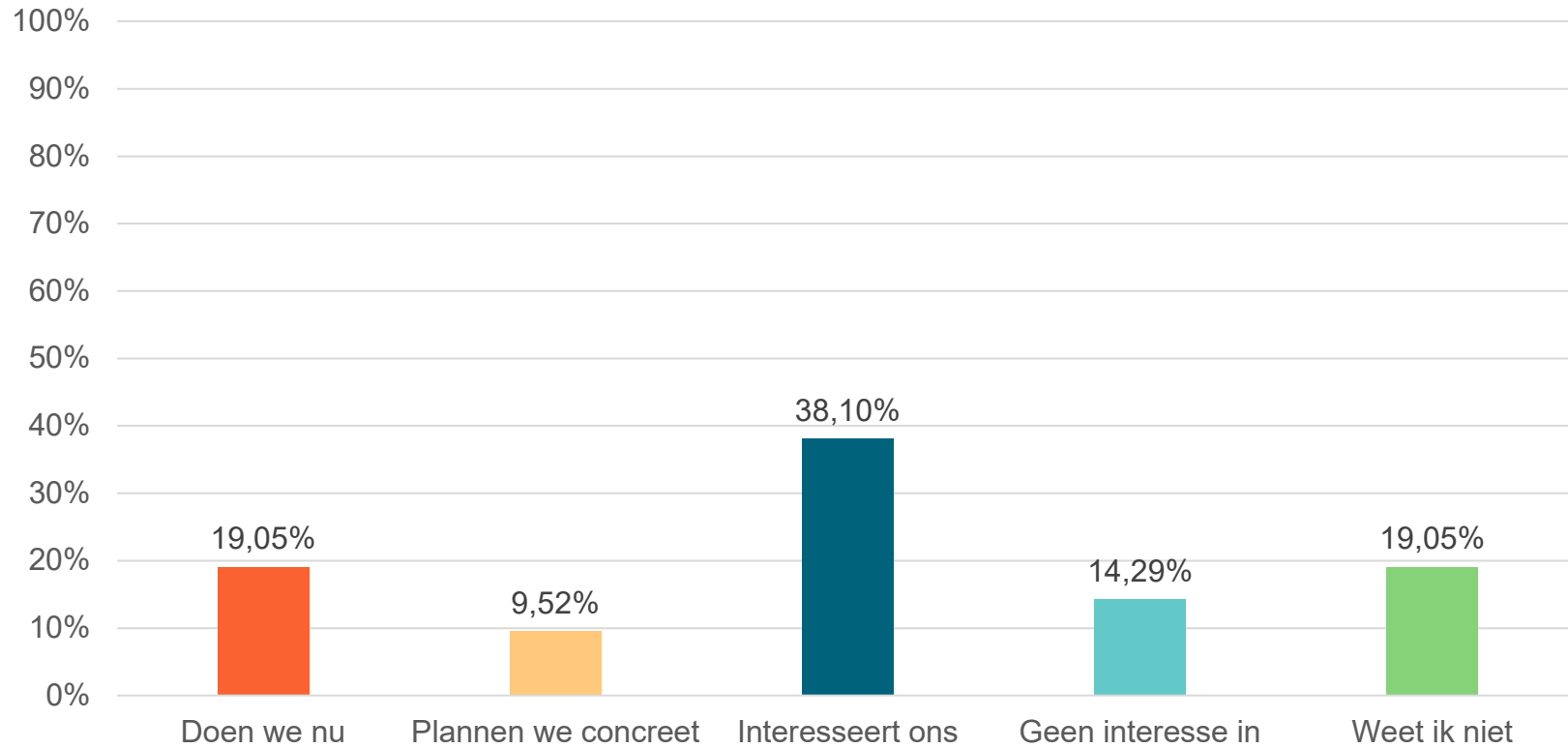
AI in de content workflow

Geef aan of uw organisatie AI (wil) inzet(ten) in volgende onderdelen van de content workflow.



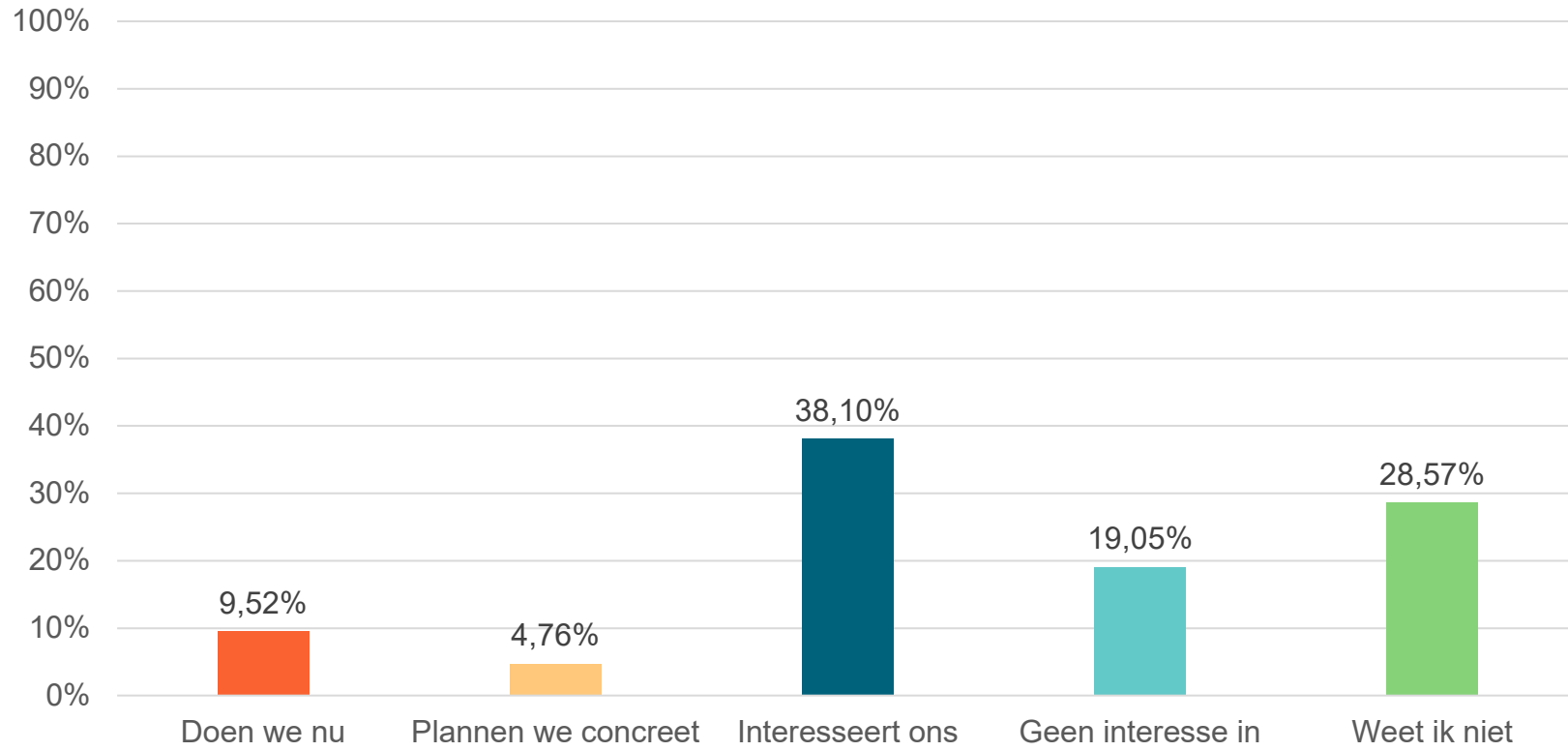
Research & Brainstorming

Content workflow



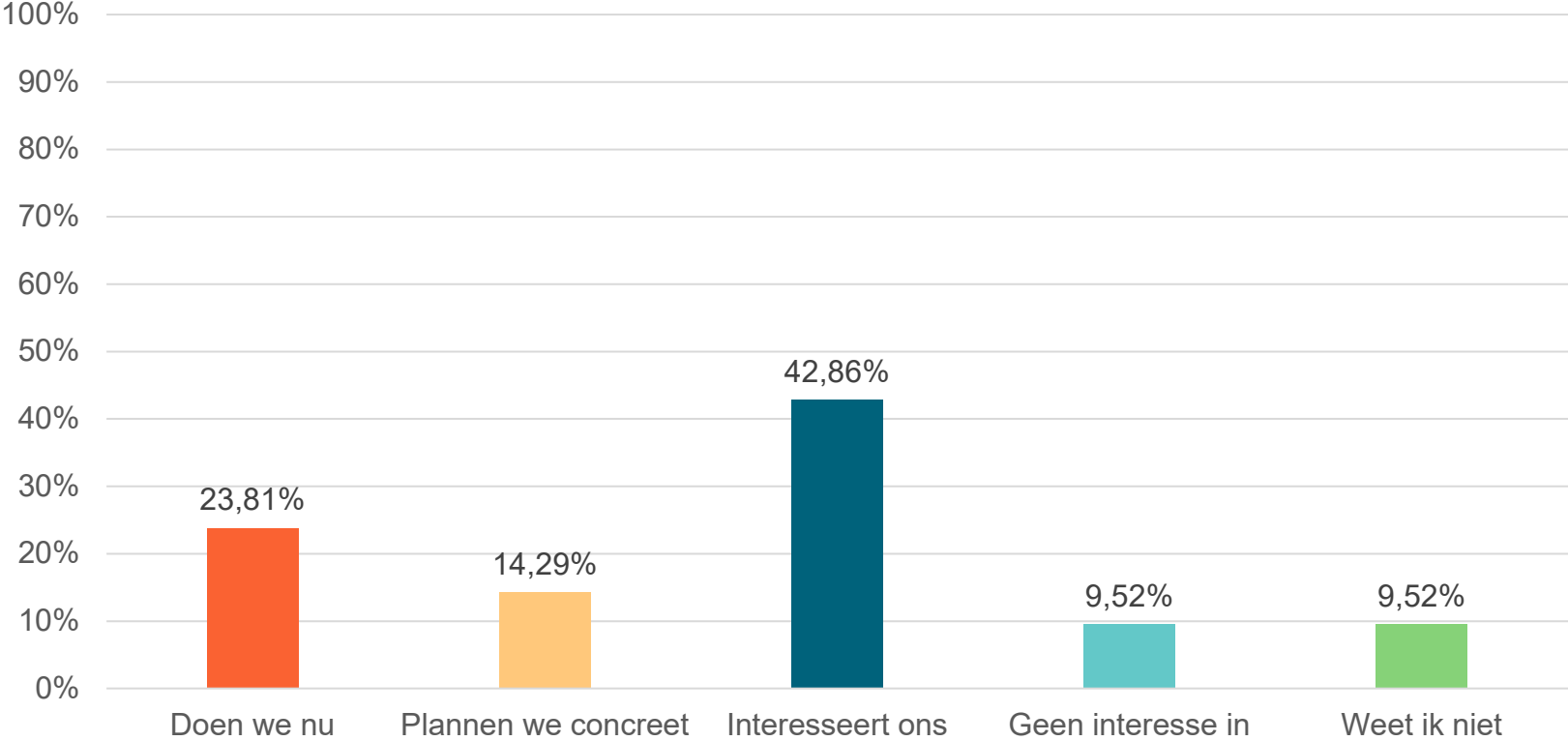
Briefing & Planning

Content workflow

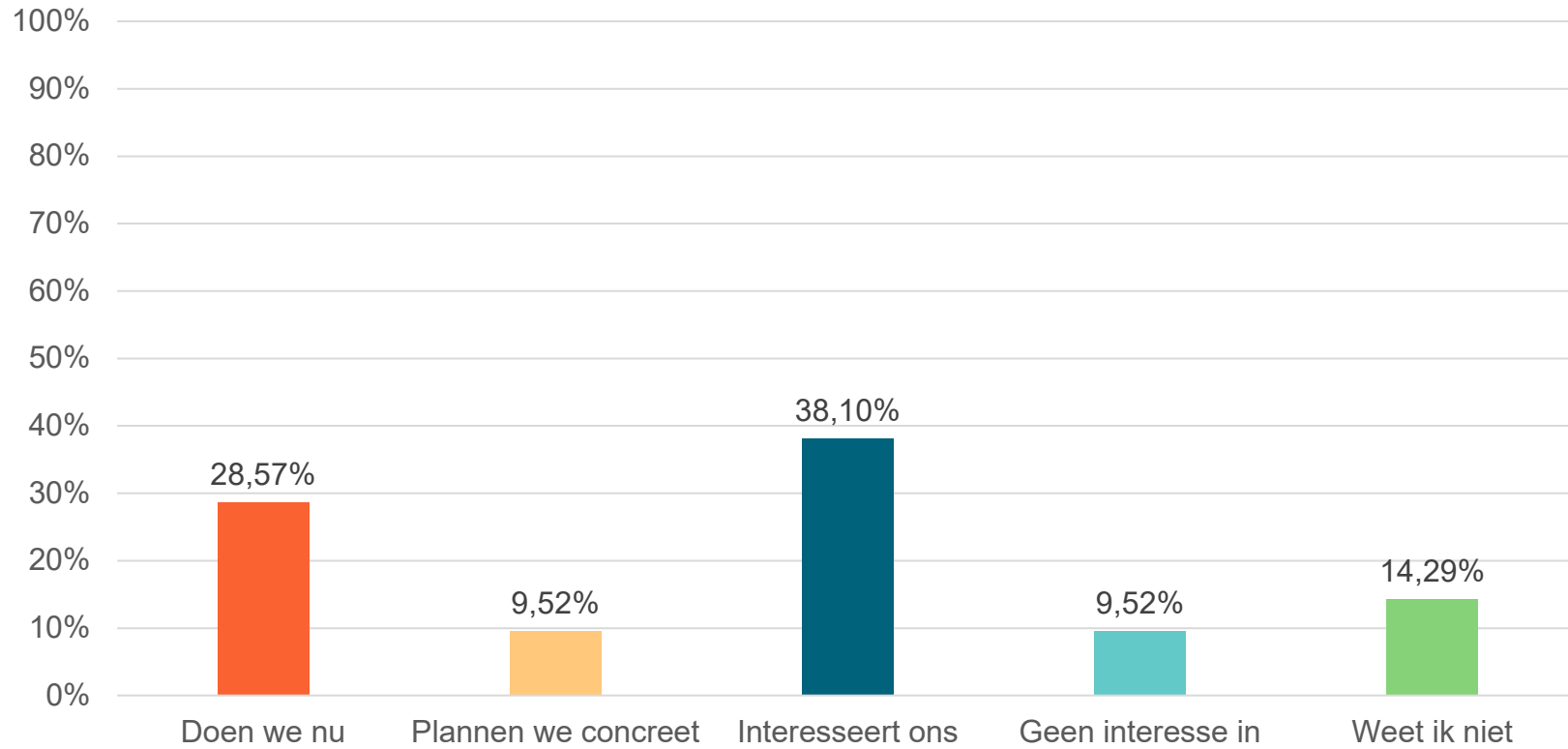


Productie & Creatie

Content workflow

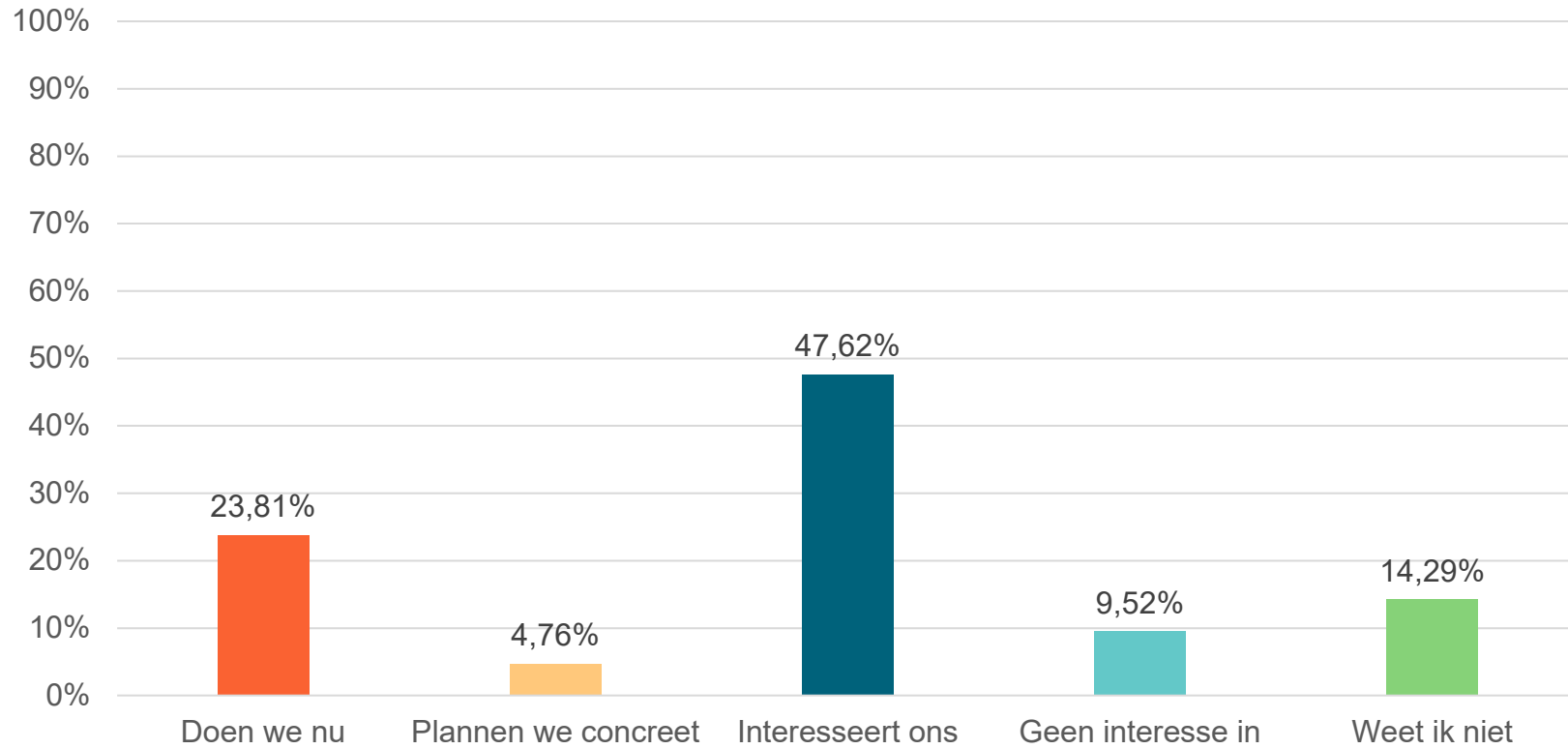


Review & Revisie



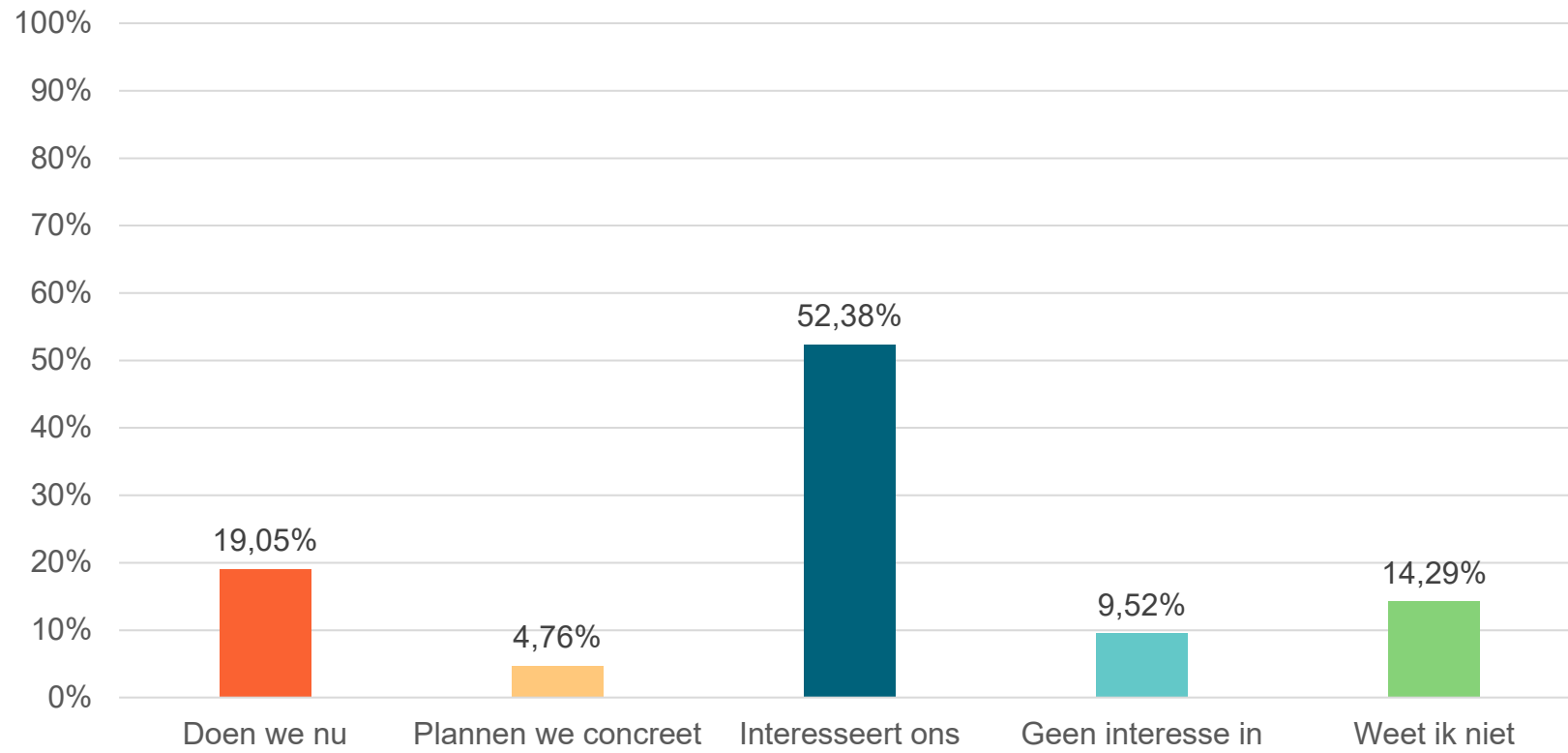
Publicatie & Verspreiding

Content workflow



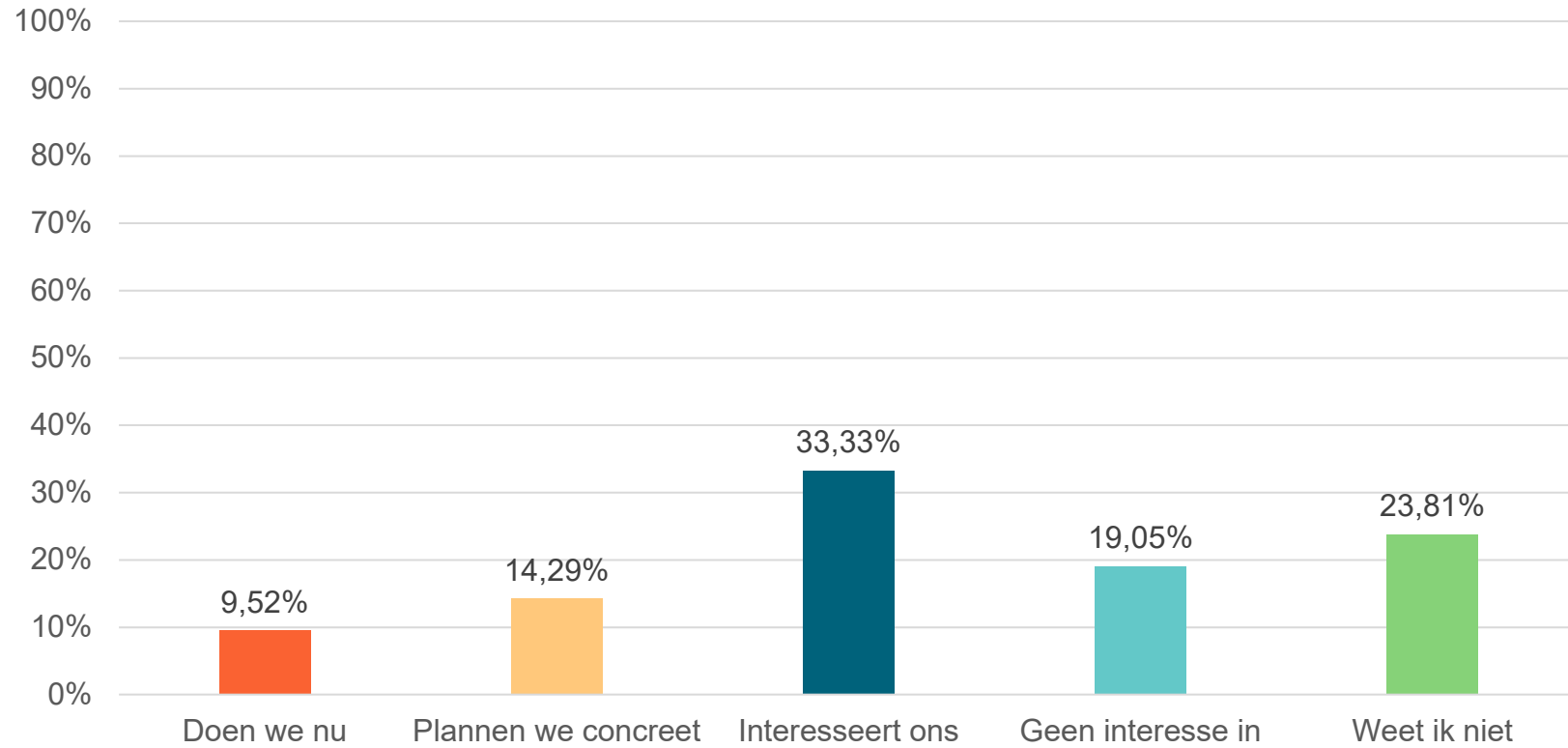
Promotie & Marketing

Content workflow

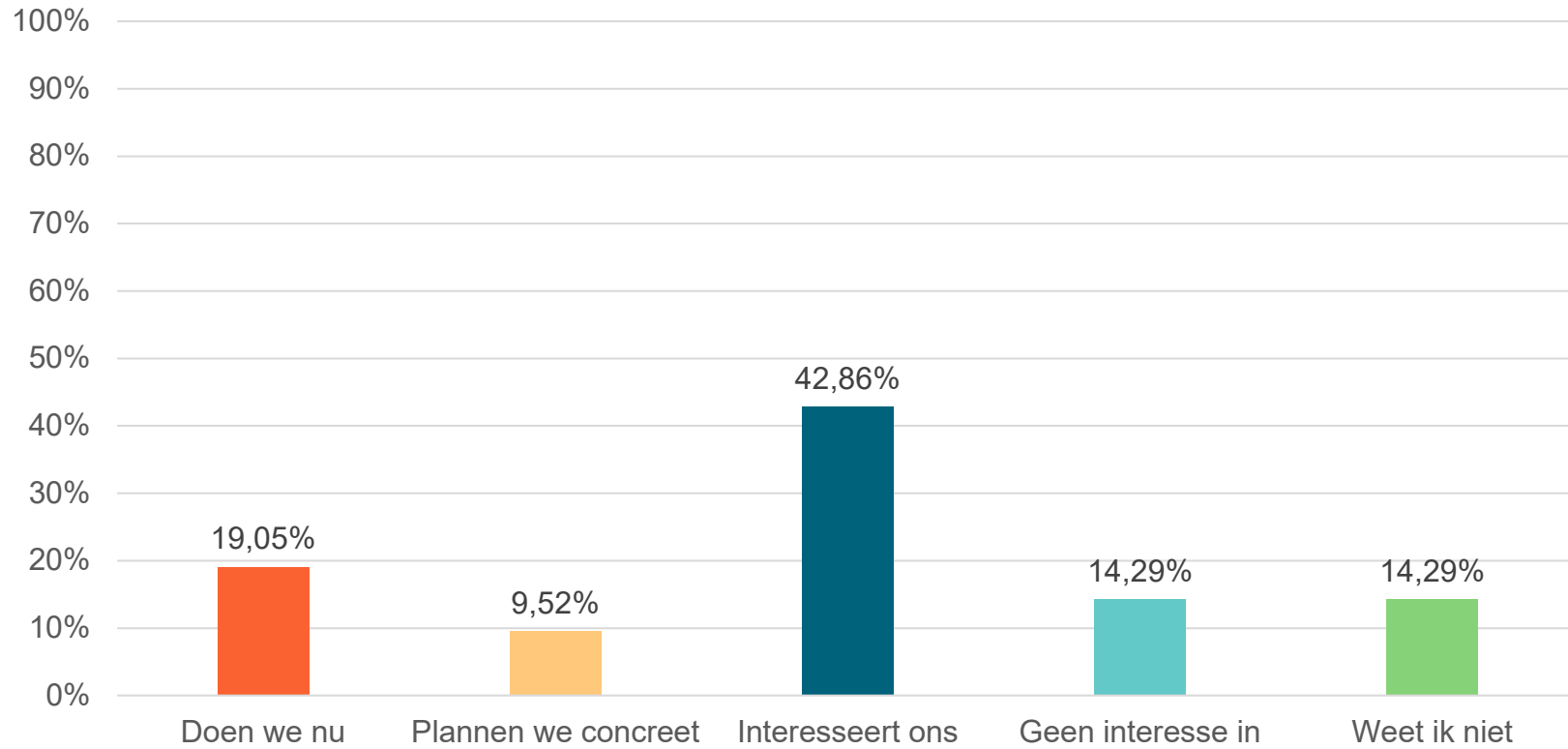


Opvolgen & Beheren

Content workflow



Hergebruik (van bestaande publicaties en assets)



AI in de content workflow > trends

- **Interesse is aanwezig** om AI in alle stappen van de content workflow in te zetten
- **Actief gebruik van AI** wordt het vaakst vermeld bij **Review & Revisie**
- **Gebrek aan interesse** is relatief het grootst bij Planning & Briefing en bij het Opvolgen & Beheren van content

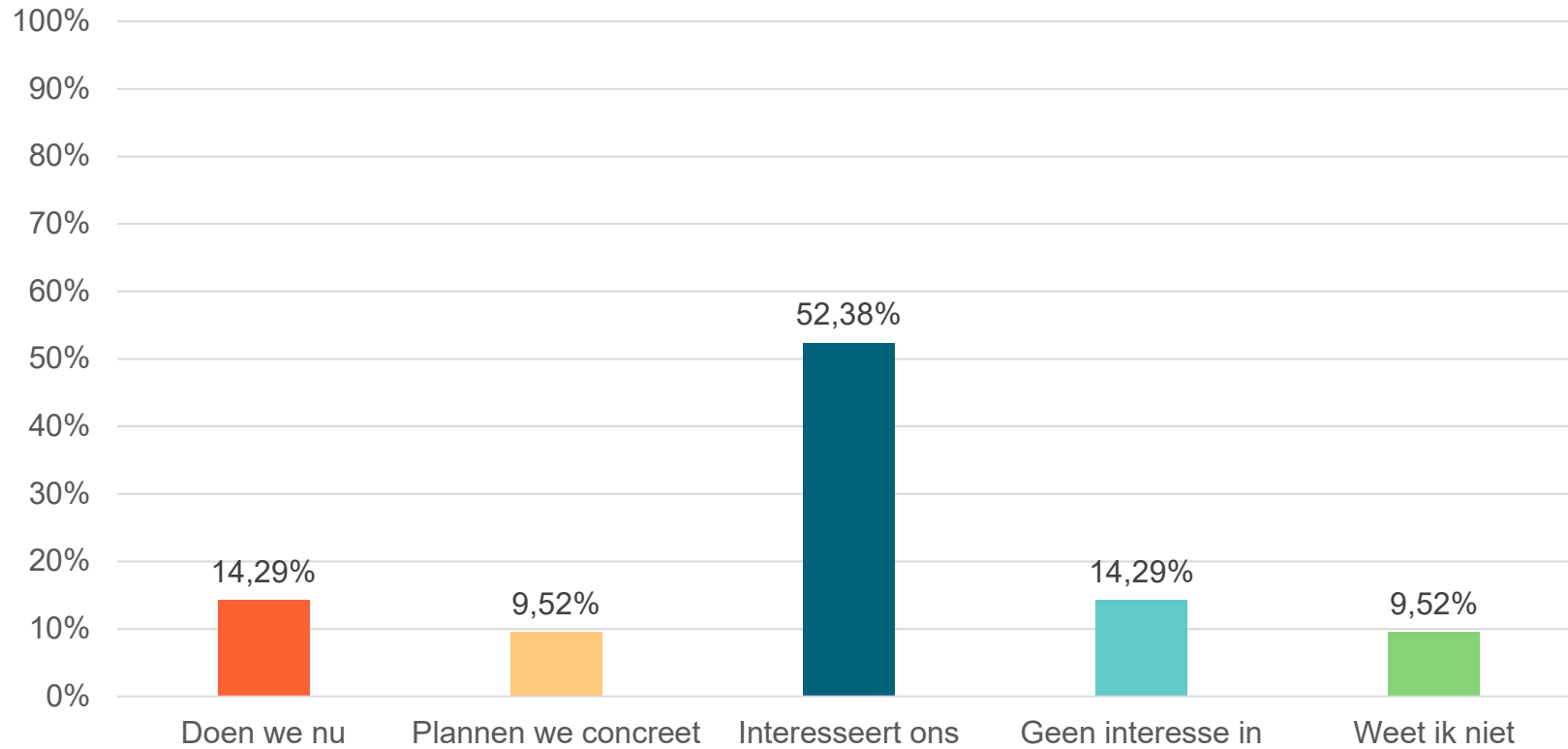
Doeleinden van AI

Geef aan of uw organisatie AI (wil) inzet(ten) voor volgende doeleinden:

- **Topicselectie:** Analyse en voorspelling van relevante onderwerpen voor publicaties
- **Creatieve assistentie:** Inhoudelijke en vormelijke suggesties geven of inhoud maken o.b.v. suggesties
- **Kwaliteitscontrole:** Controle van vorm en inhoud zoals grammaticacheck en plagiaatdetectie
- **Personalisatie:** Aanbod, aanbevelingen of advertenties op maat van de gebruiker
- **Overzicht:** Organiseren en labelen van digitale publicaties en assets
- **Herwerking:** Creaties in andere mediavorm/formats omzetten, bv. spraak naar tekst of blog naar infographic

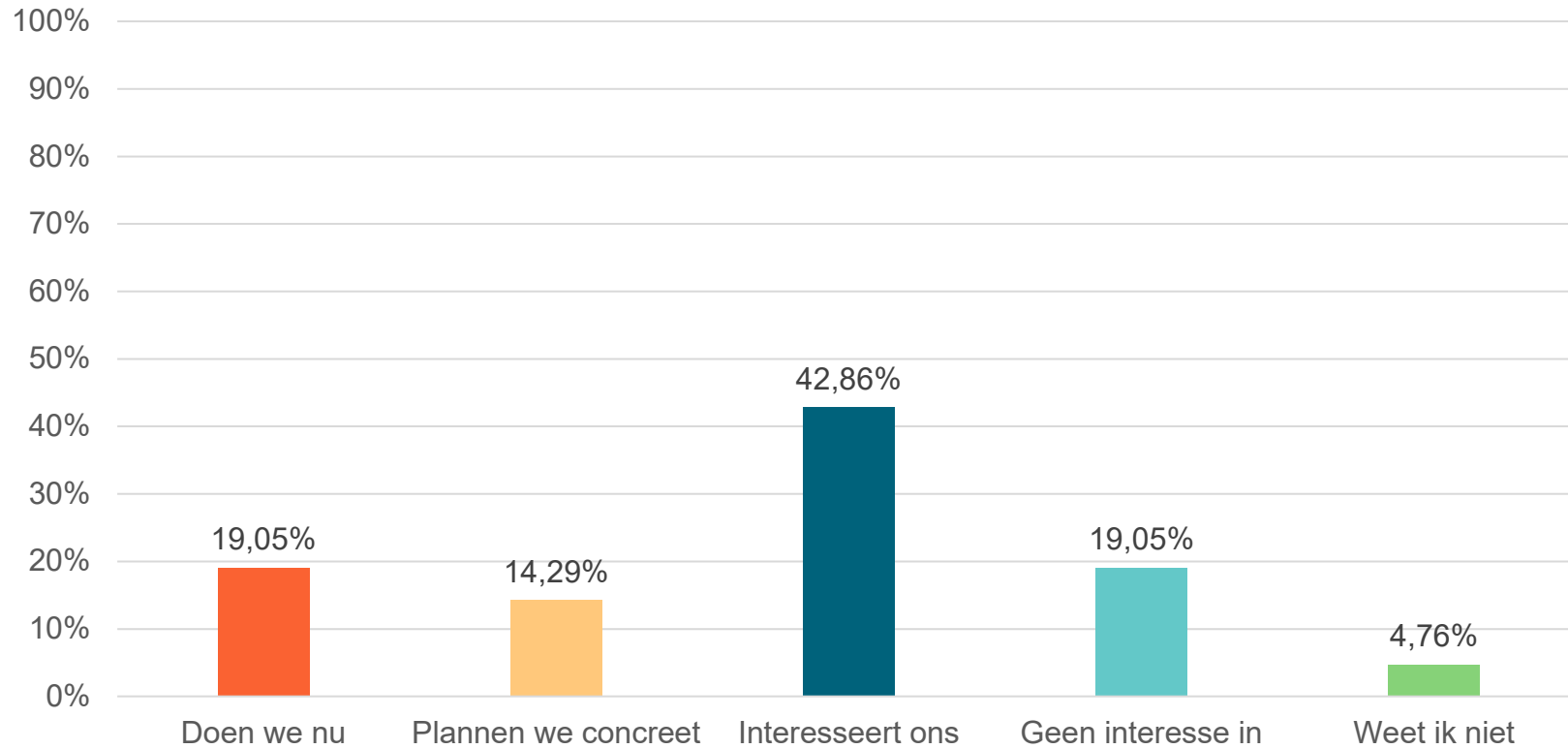
Topicselectie - analyse en voorspelling van relevante onderwerpen voor publicaties

Doeleinden



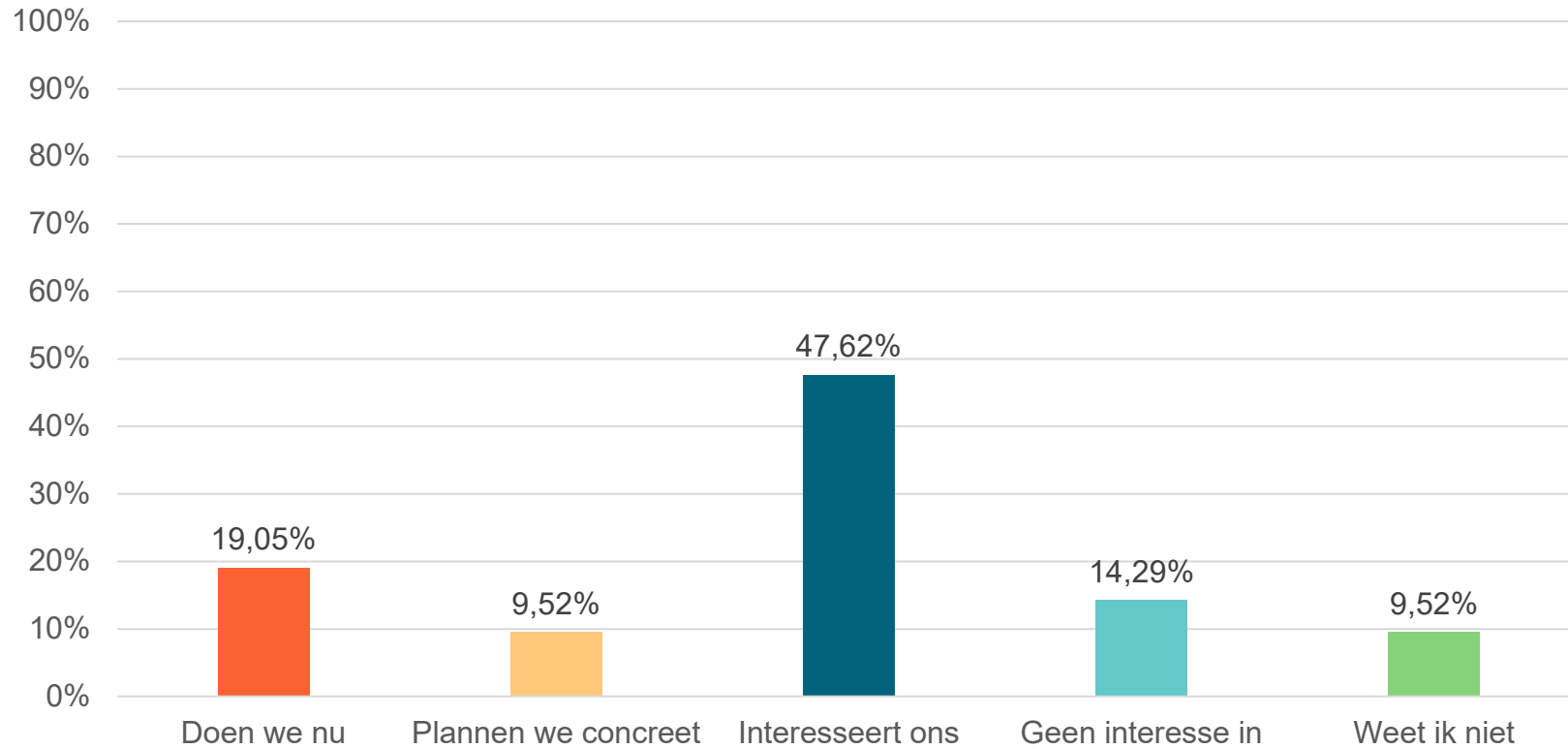
Creatieve assistentie - inhoudelijke en vormelijke suggesties geven of inhoud maken o.b.v. suggesties

Doeleinden



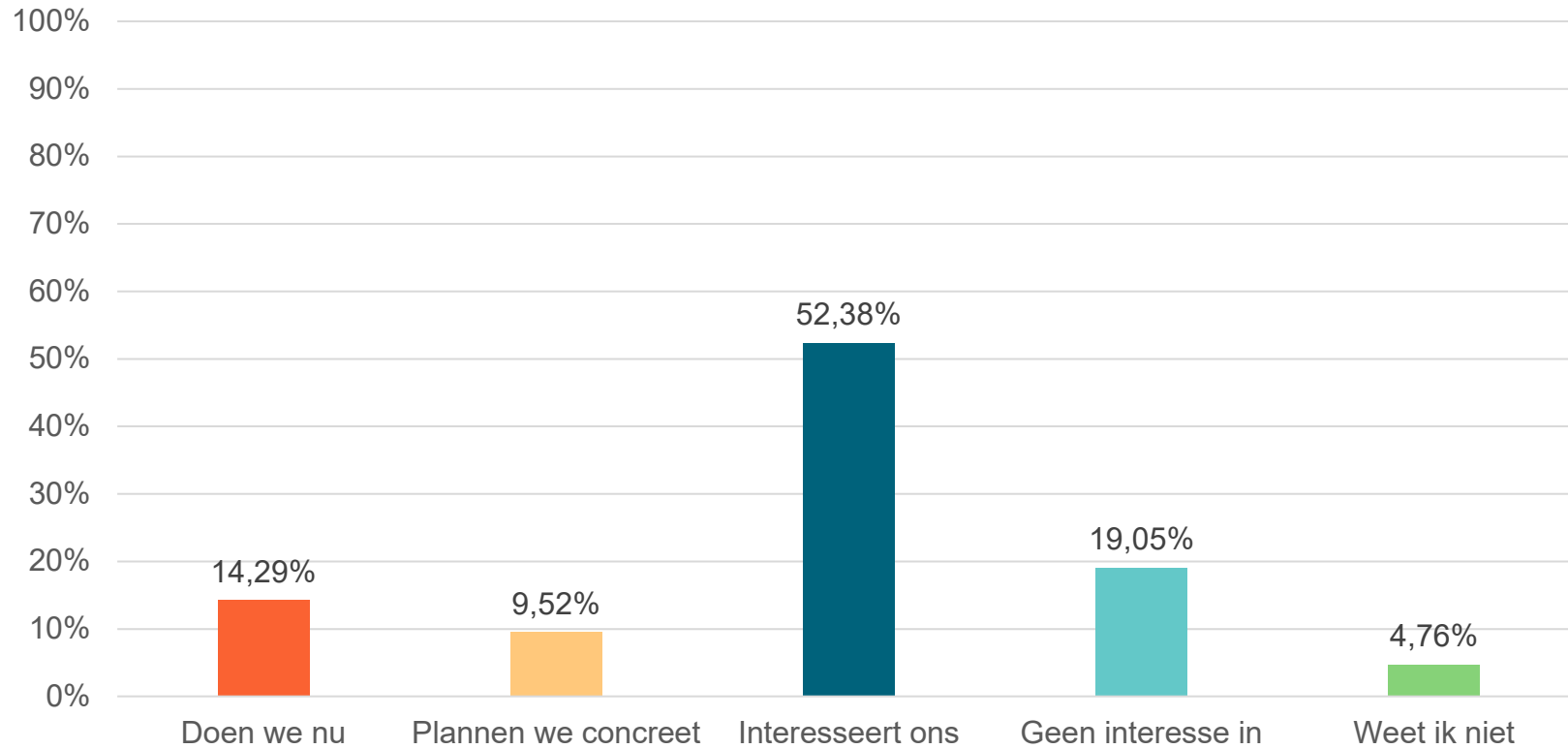
Kwaliteitscontrole - controle van vorm en inhoud zoals grammaticacheck en plagiaatdetectie

Doeleinden



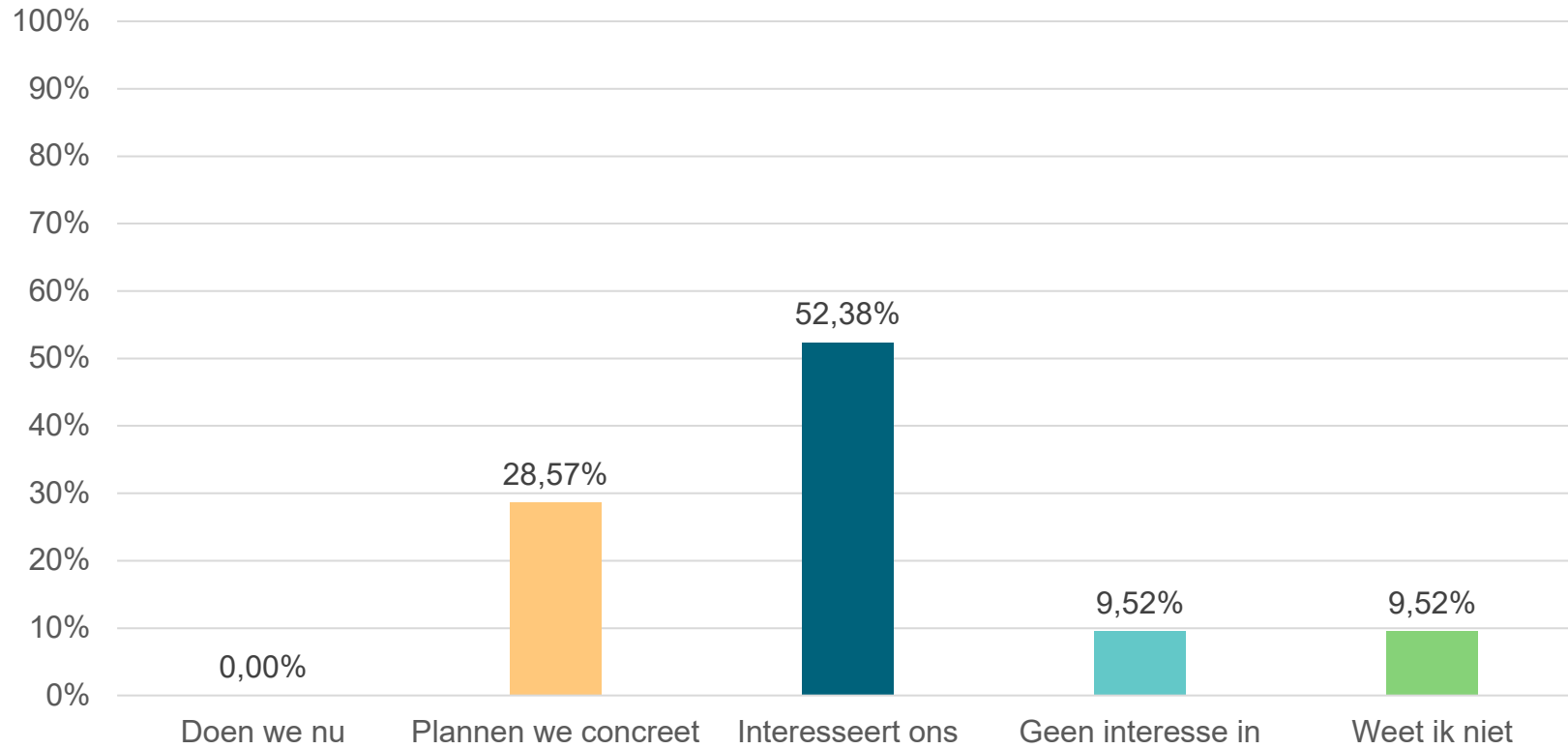
Personalisatie - aanbod, aanbevelingen of advertenties op maat van de gebruiker

Doeleinden



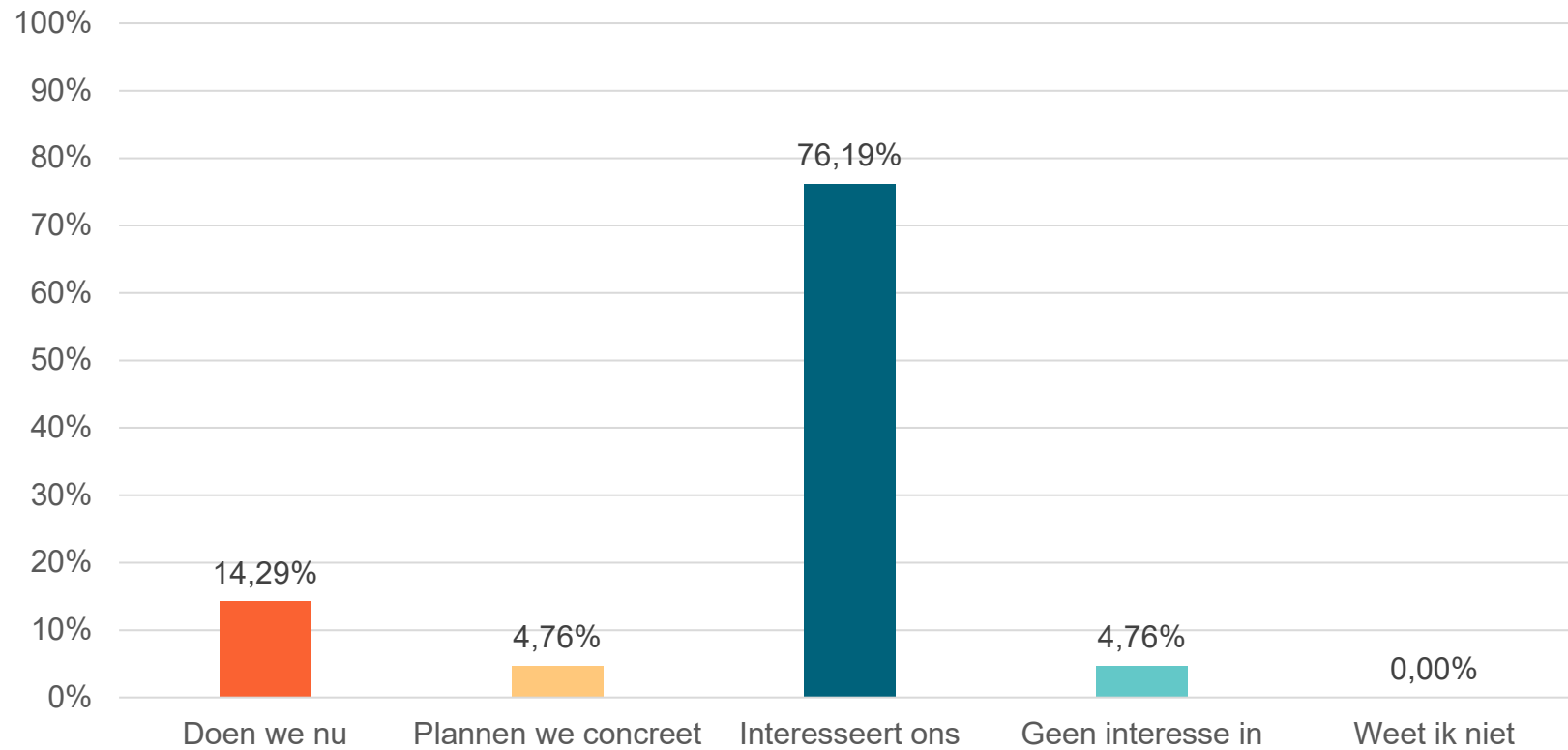
Overzicht - organiseren en labelen van digitale publicaties en assets

Doeleinden



Herwerking - creaties in andere mediavorm/formats omzetten, bv. spraak naar tekst of blog naar infographic

Doeleinden



Doeleinden van AI > trends

- **Behoorlijke interesse** aanwezig om AI in te zetten voor de verschillende vermelde doeleinden, met herwerking voorop
- **Creatieve assistentie en kwaliteitscontrole** zijn de doeleinden waarvoor AI vandaag relatief het **vaakst actief ingezet** wordt
- Geen enkele respondent zegt **digitale publicaties en assets te organiseren en labelen** met behulp van AI, maar ruim 1/4 heeft **plannen** daartoe
- Bij **personalisatie** zien we het **grootste aandeel** aan respondenten dat **geen interesse** heeft*

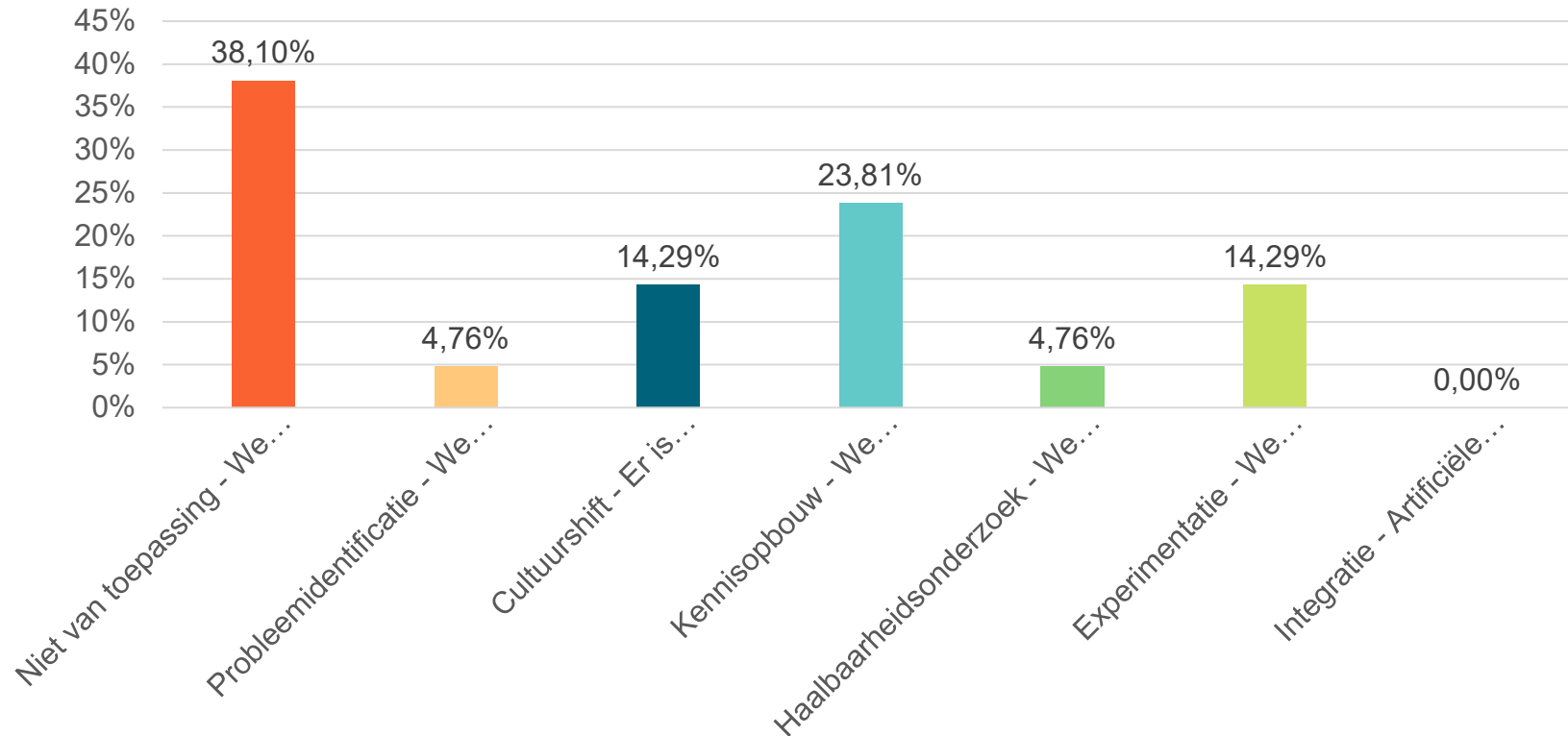
* Interessant om verder te verkennen: Is men niet geïnteresseerd in personalisatie tout court? Verwacht men dat dit niet effectief zal zijn? Andere redenen?

Stadia van AI-implementatie

In welk stadium bevindt uw organisatie zich momenteel bij de implementatie van AI voor contentproductie, -distributie en -hergebruik?

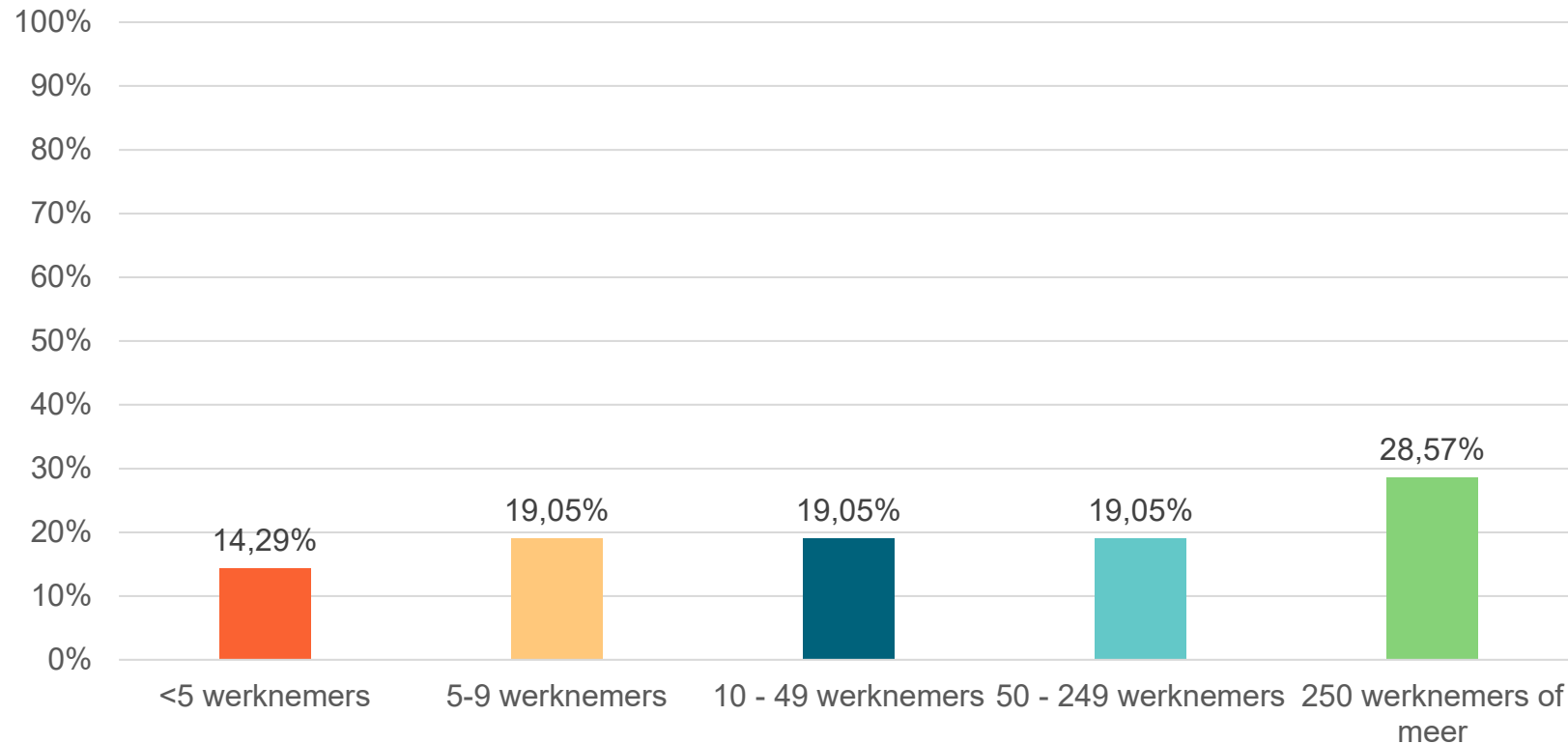
- **Niet van toepassing:** We hebben nog geen stappen ondernomen.
- **Probleemidentificatie:** We weten waar er ruimte voor verbetering is en waar AI ingezet kan worden.
- **Cultuurshift:** Er is bewustmaking van de opportuniteiten en uitdagingen van AI binnen de organisatie.
- **Kennisopbouw:** We verzamelen expertise en know how om opportuniteiten van AI te identificeren.
- **Haalbaarheidsonderzoek:** We onderzoeken relevante infrastructuur, soft- & hardware en de inzetbaarheid ervan.
- **Experimentatie:** We experimenteren met concrete oplossingen en gaan na wat ze voor ons kunnen betekenen.
- **Integratie:** Artificiële intelligentie vormt een integraal onderdeel van onze aanpak.

Stadia van AI-implementatie > trends

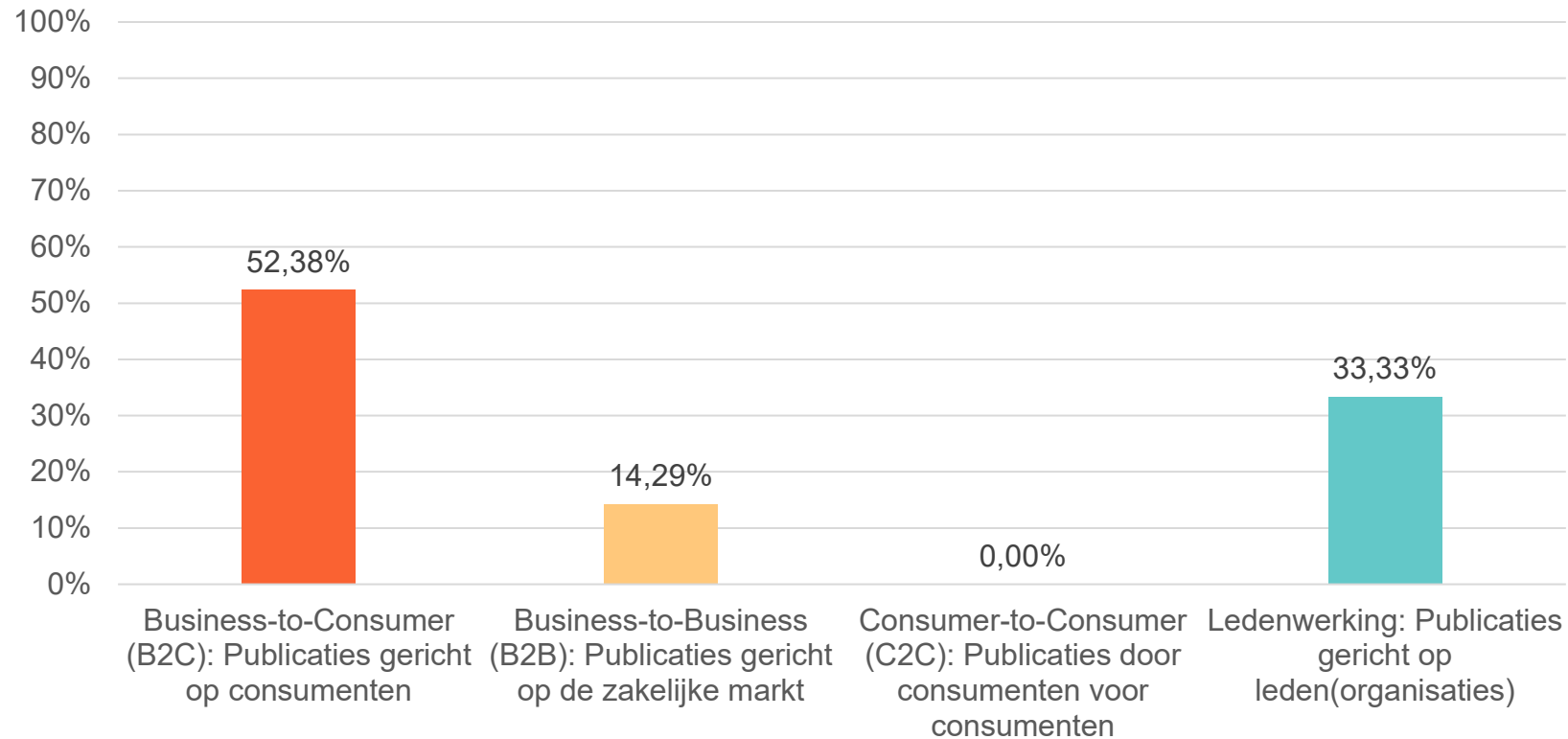


Verdeling deelnemende organisaties

Hoeveel werknemers heeft uw organisatie in dienst?



In welke segment is uw organisatie primair actief?



Noot

Dit trendrapport kwam tot stand in het Thomas More onderzoeksproject 'UNTAPPED' met de steun van VLAIO (TETRA, HBC.2021.0119)

2023