bol.com

Opening Keynote

Annet Scheermeijer | Leiden
20 November 2019





Even voorstellen

Annet Scheermeijer
Cluster Director, Lezen & Leren

- Bedrijfskunde gestudeerd in Amsterdam
- +10 jaar werkzaam in de boekenmarkt
- Bestuurslid CPNB
- Favoriete genres: literatuur & management



Aan het lezen

Wij hebben toonaangevende winkels voor onze klanten en zijn betrokken bij het stimuleren van lezen en leren



Data kunnen belangrijke inzichten geven





We willen klanten met een zoekvraag het makkelijk maken het juiste boek te vinden

- We waren al goed in specifieke zoekvragen, Jamie Oliver met Veg
- Maar nog niet zo goed als iemand zoekt op ‘vegetarisch kookboek’

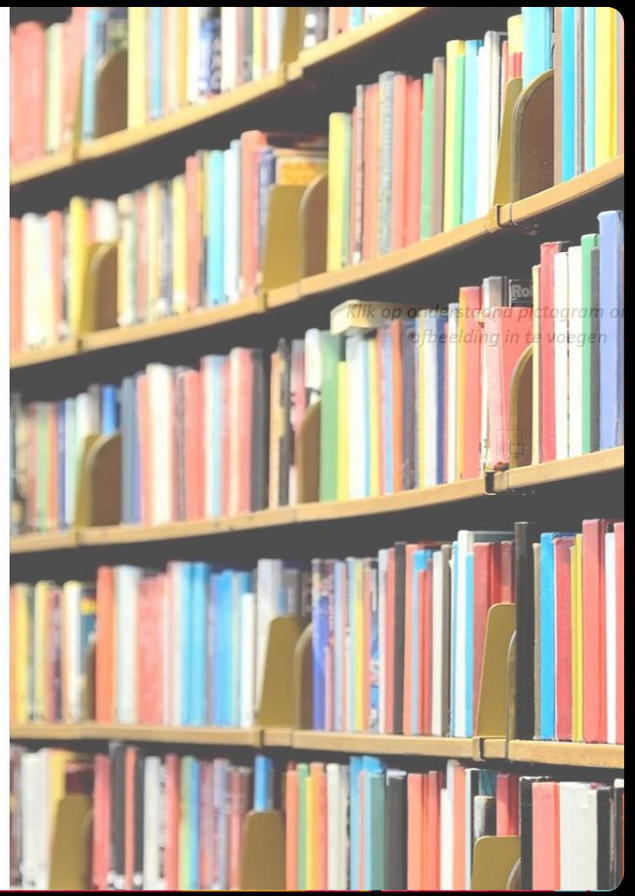
Daarom zijn we aan de slag gegaan met thema

Wat is Thema ook ?

- Thema is een wereldwijd gebruikte classificatiecode.
- O.b.v. deze code bepaalt bol.com in welke categorie / op welk ‘schap’ een boek komt te staan.
- Thema is specifiek en veelzijdig, en maakt mogelijk wat NUR en BISAC niet kunnen.
- Gebruik maken van Thema verbetert de vindbaarheid van een boek.

Voor alle algemene informatie over Thema, vraag het document ‘THEMA op bol’ op bij jouw contactpersoon.





Wij starten met een vraag of bevinding en de mogelijke hypothese



Bevinding

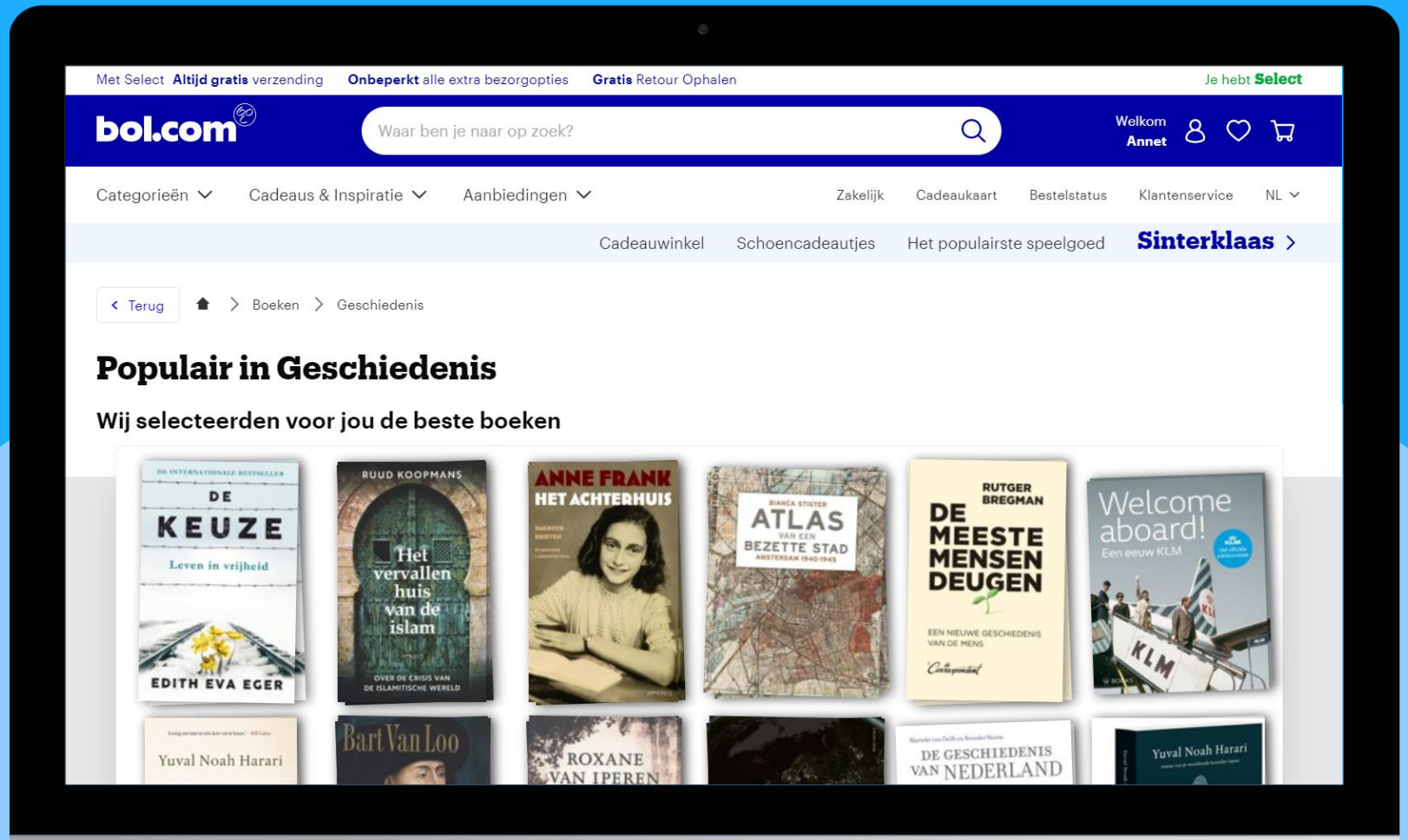
Klanten hebben steeds vaker een algemene zoekvraag



Hypothese

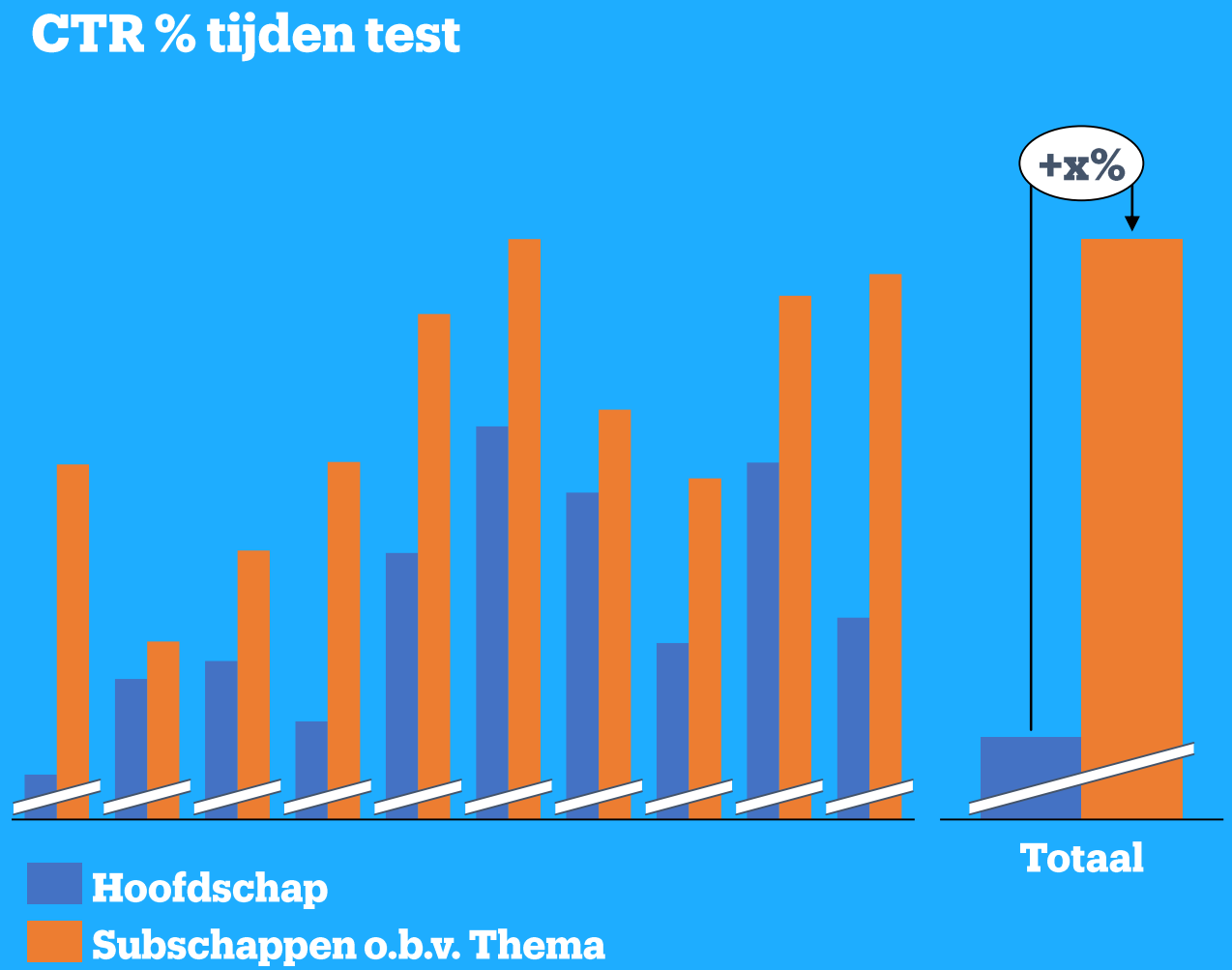
Boeken met een Thema-code zullen gemiddeld x% meer bezoekers krijgen dan boeken zonder.

En hebben een test gedaan ism CB



Learning:
hypothese is niet goed te valideren, we moeten de hypothese aanpassen

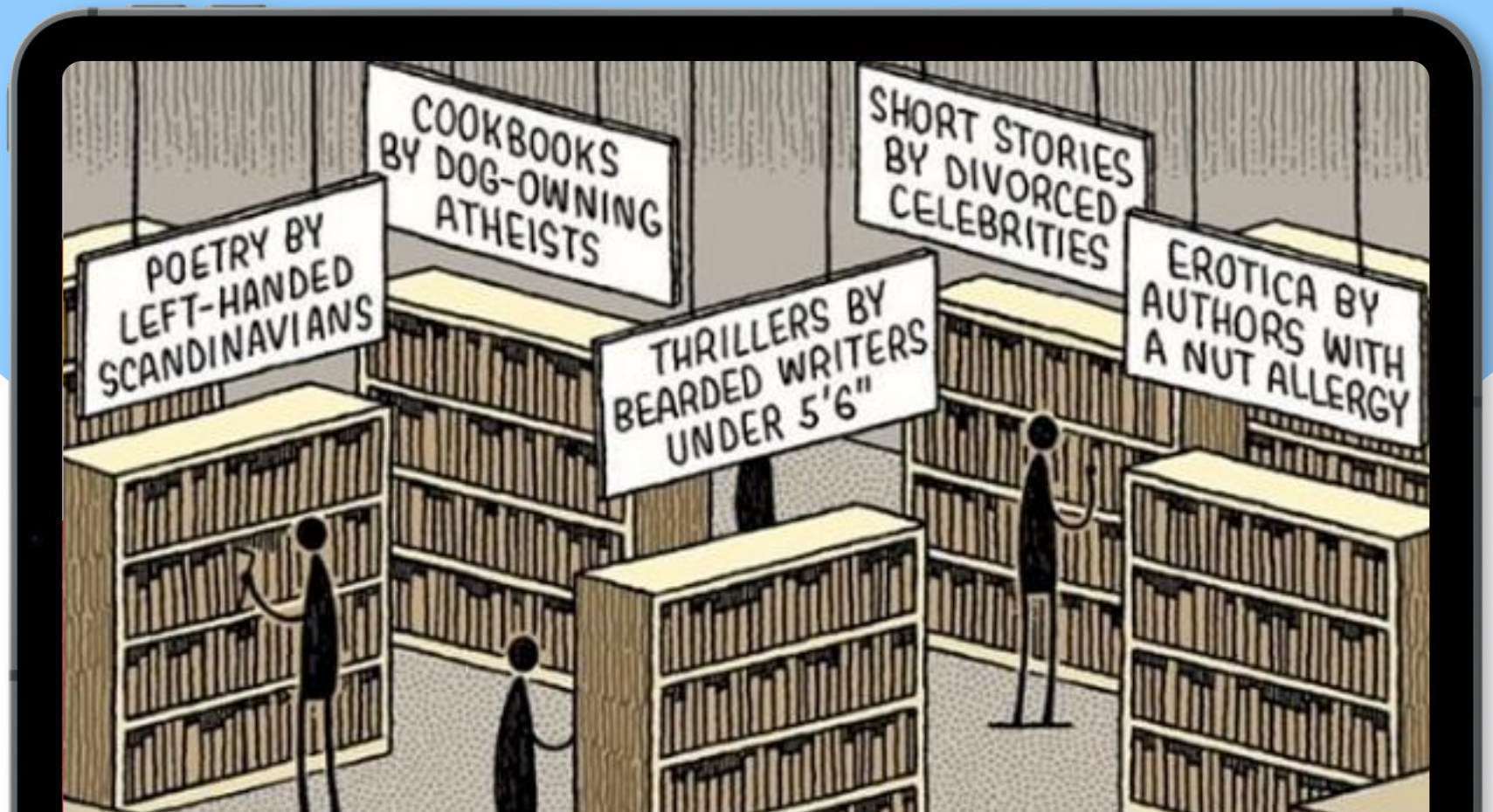




CTR kunnen we wel meten

De CTR ligt x% hoger bij subschappen.

Specifiek is goed zolang het relevant is!



Last but not least: deel je inzichten met elkaar



Recap

Geef niet op, het meeste leer je van fouten maken

1. Data kunnen interessante inzichten geven
2. Bedenk wat je wil je aanpakken/oplossen en begin met het opstellen van een hypothese
3. Maak het klein om te kijken of je de juiste hypothese hebt
4. Test deze hypothese en verzamel hier data voor
5. Pas de hypothese eventueel aan nav nieuwe inzichten
6. Bespreek je inzichten met anderen om kennis te delen

Thanks


Don’t focus on data!
Consumer centric insights are key
MEDIAHUIS

INM

tmg

nrc media

MEDIAHUIS LIMBURG



MEDIAHUIS BELGIUM

4.145
employees

REVENUE
in excess of
€1 billion

35
NEWS BRANDS

reaching
10 mio.
every day





dS De Standaard

Het Nieuwsblad

GAZET VAN ANTWERPEN

HET BELANG VAN LIMBURG

1.449
employees

490.000
sold copies/day

reaching
2,1 mio. people
every day


20
20
Agenda
Insights for Sales & marketing
Insights for Advertising
Insights for Editorial Teams


How can we convert non-paying consumers?
How can we retain already paying consumers?



New audiences to drive subscription

Lookalikes of subscribers

Sales offers only to *frequent* users

Traffic drivers to no frequent users

Dynamic / smart Paywalls

Content most likely to convert that person is premium/plus content

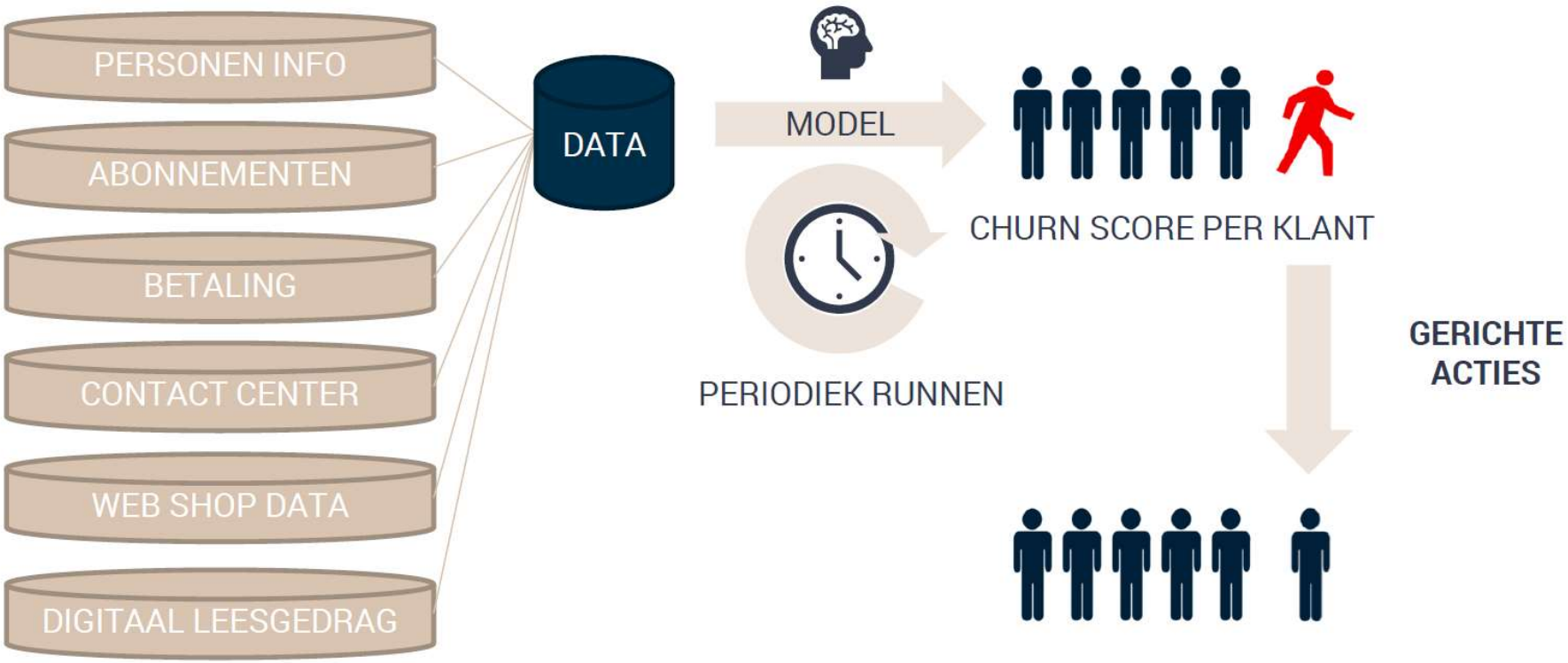




Real time insights at redactions

What articles convert best?
What content is being read most?

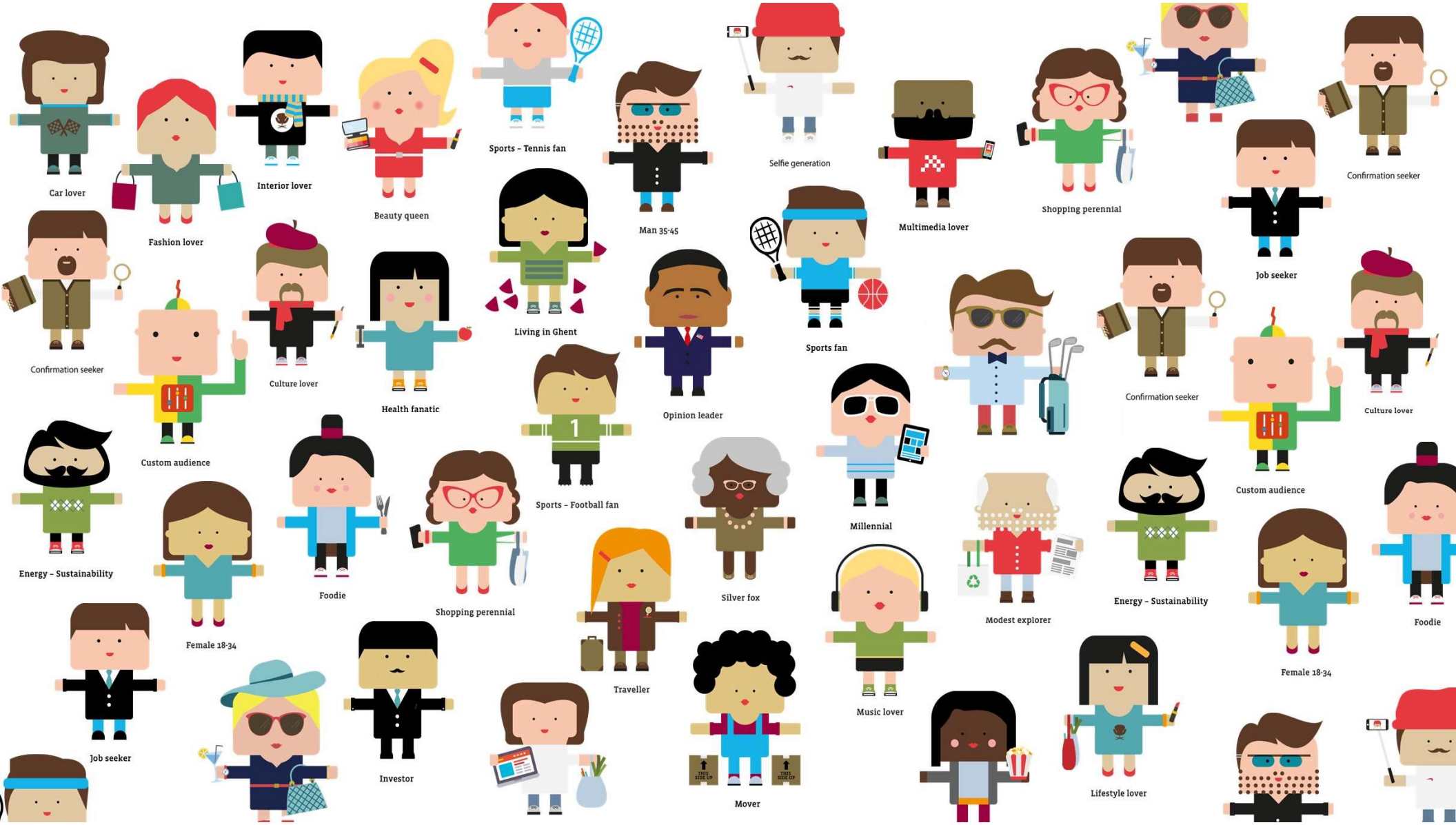
Going from churn towards retention modelling




A completely personalized customer journey where content, marketing, advertising and sales offers are adjusted to the needs of customer.


20
20
Agenda
Insights for Sales & marketing
Insights for Advertising
Insights for Editorial Teams


MH Data Studio
Lets talk data


Car lover
Fashion lover
Interior lover
Beauty queen
Sports – Tennis fan
Man 35-45
Selfie generation
Multimedia lover
Shopping perennial
Confirmation seeker
Job seeker
Confirmation seeker
Culture lover
Health fanatic
Living in Ghent
Opinion leader
Sports fan
Confirmation seeker
Culture lover
Custom audience
Sports – Football fan
Millennial
Custom audience
Energy – Sustainability
Foodie
Shopping perennial
Silver fox
Modest explorer
Energy – Sustainability
Foodie
Female 18-34
Traveller
Music lover
Female 18-34
Job seeker
Investor
Mover
Lifestyle lover

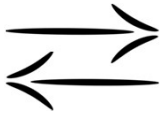
We can tailor audiences



Combine it as you like it!



PIXEL ON
YOUR SITE



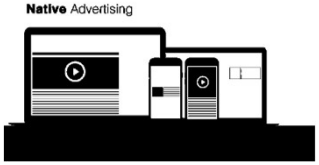


MATCHING
DATABASES

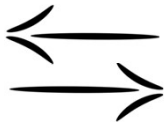








NATIVE
CONTENT



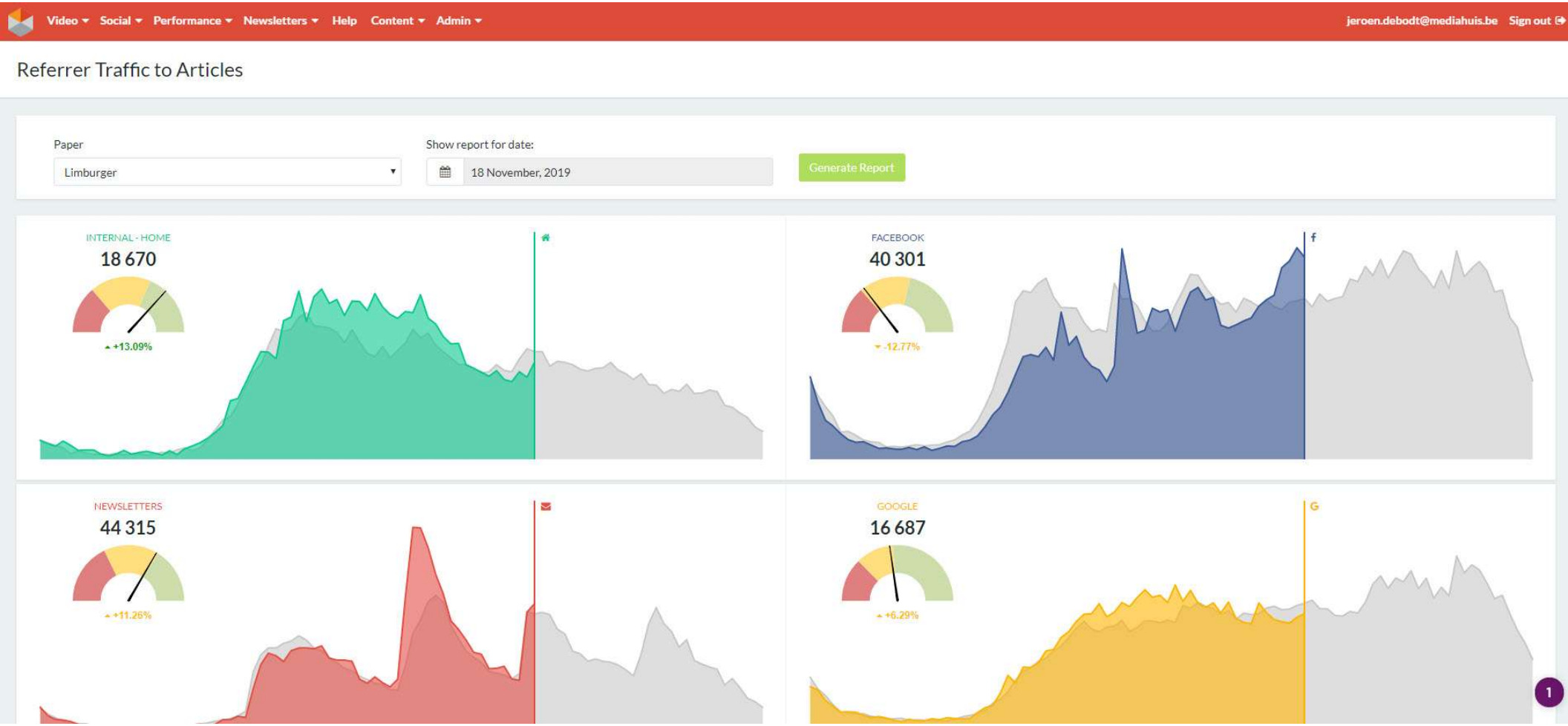


TARGETED
CAMPAIGNS


20
20
Agenda
Insights for Sales & marketing
Insights for Advertising
Insights for Editorial Teams

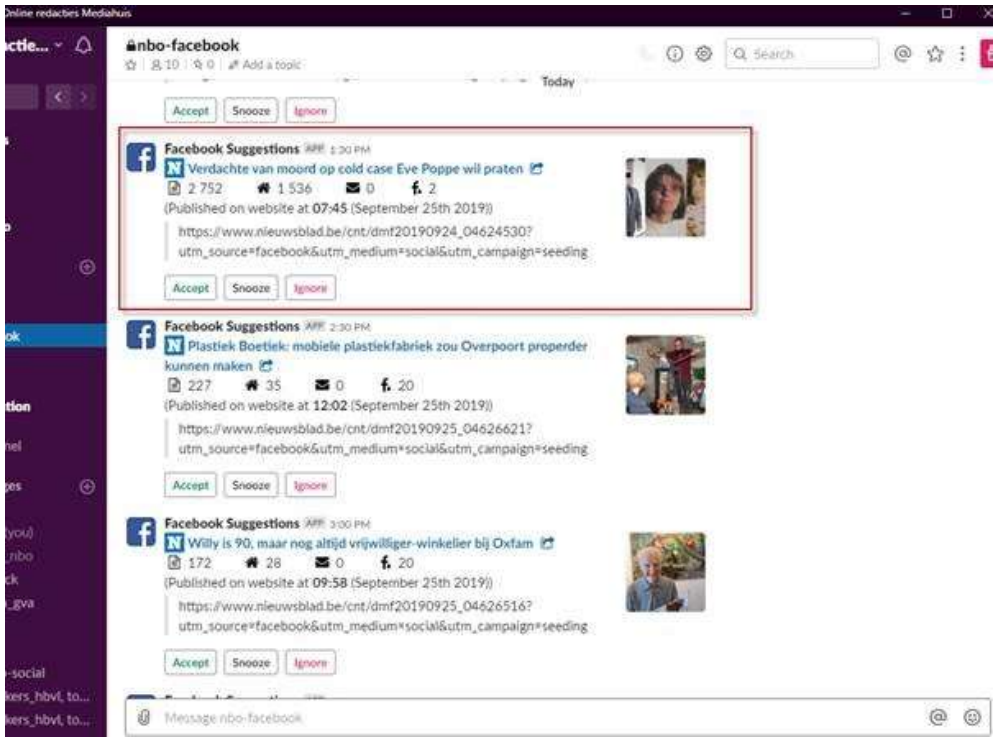

From print first company
to digital first company
Real-time insights
КЕНС
Весенний
ПОЛУФАБРИКАТЫ ДЛЯ КЕКСОВ

Real-time insights for Editorial Teams



Real-time insights for Editorial Teams

Slackbots for distribution recommendations



- Article recommendations to push to social media.
- Editorial Teams can accept or decline, and give reason for decline
- Feedback makes bots smarter and will give better recommendations.

Digital first

Simplifying the available data & bringing it closer to the editorial reality.

➡ Increasing the interest & awareness

➡ A digitale heartbeat on the editorial floor

The challenge:

Visualising data in an **interesting** way in order to provide **an editorial view** of what is happening in realtime with our content on the **different digital platforms.**





All around TV screens with real-time dashboards

Looking forward



Advertising

Insights on advertising

CTRs
Page views

Editorial teams

Insights on editorial content

Pageviews
Attention time
Impact on conversion

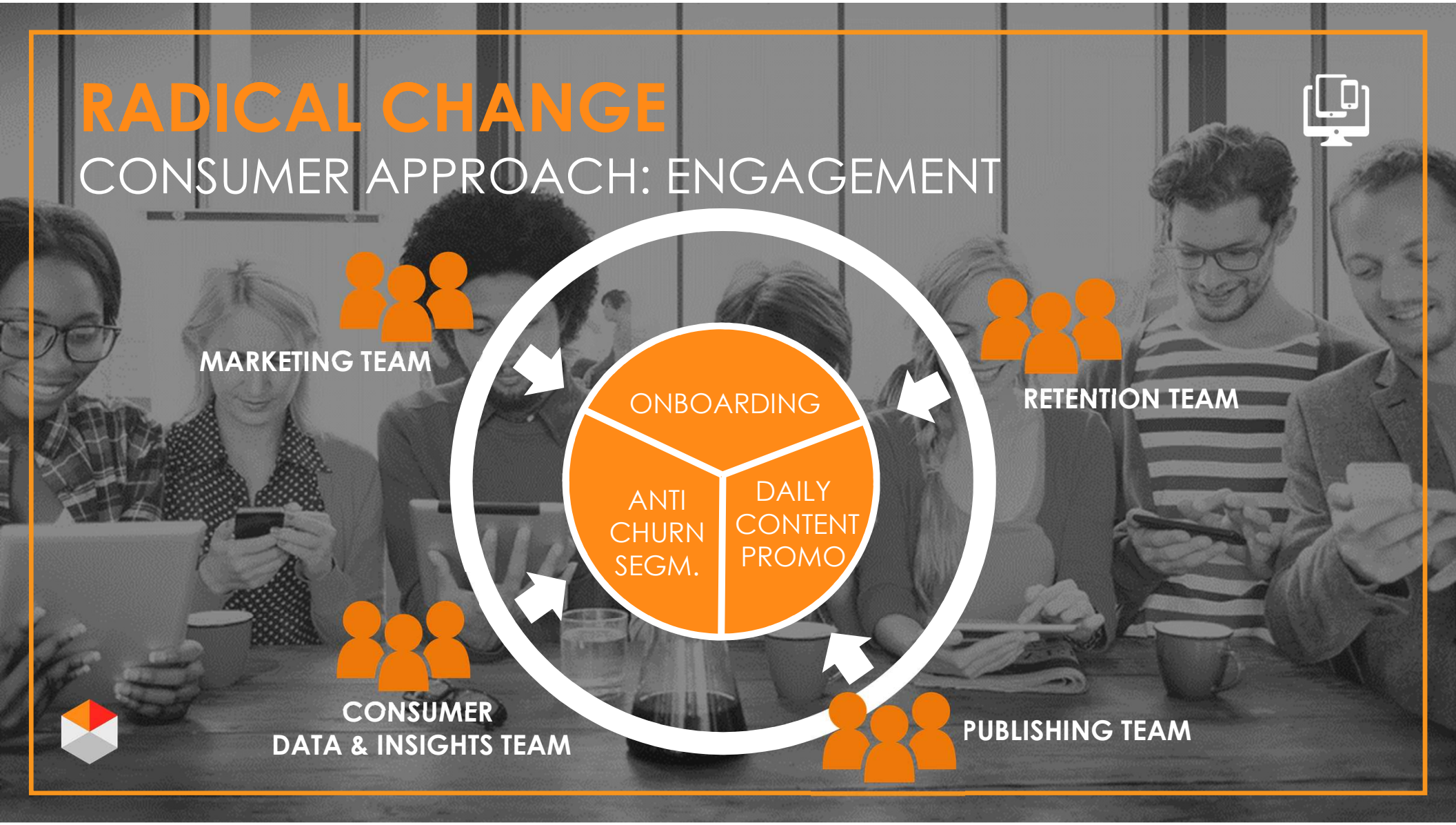
Sales & marketing

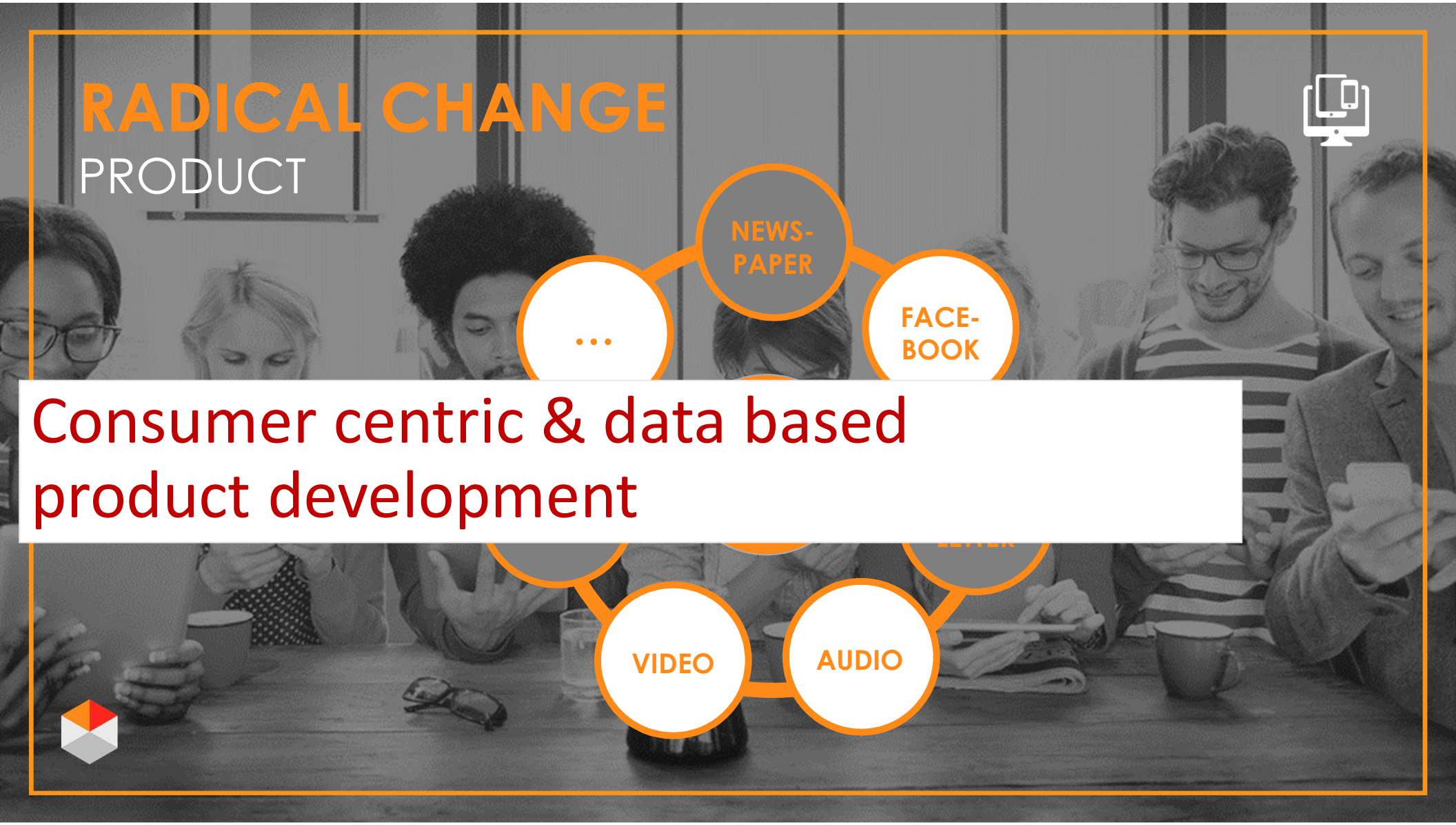
Insights on campaigns

Conversions
Retention
Churn



Consumer Centric


RADICAL CHANGE
CONSUMER APPROACH: ENGAGEMENT
MARKETING TEAM
RETENTION TEAM
ONBOARDING
ANTI CHURN SEGM.
DAILY CONTENT PROMO
CONSUMER DATA & INSIGHTS TEAM
PUBLISHING TEAM

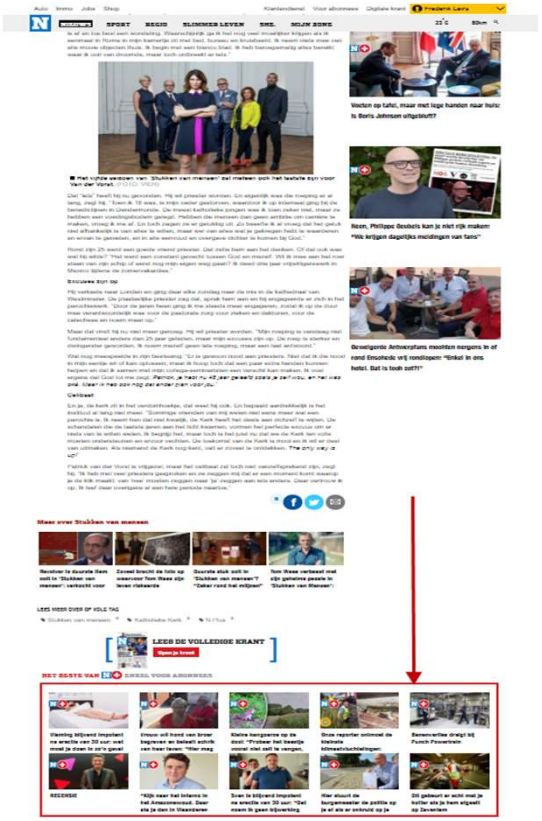


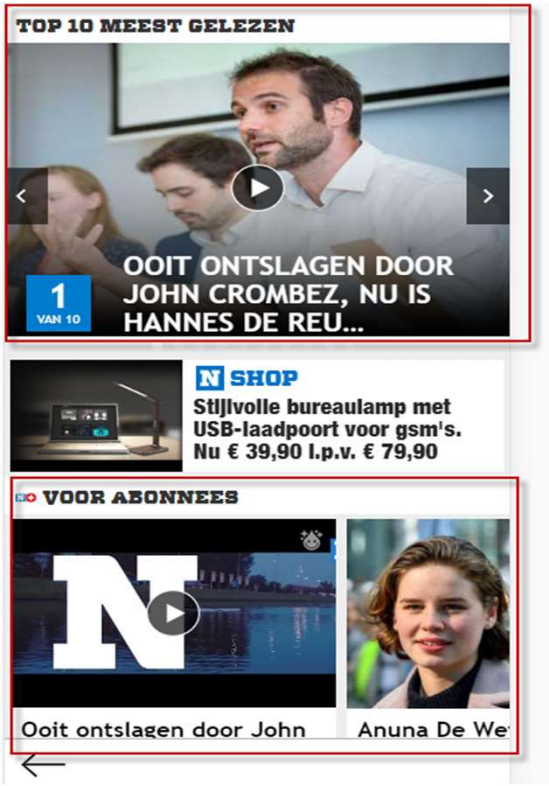
Consumer centric & data based product development

Consumer oriented product development

Personalization of News Platforms







Consumer oriented product development

Personalization of mailings



GVA +

Pieter, de week is veel te kort om alle artikels te lezen die je interesseren. Maar heb je dit weekend even tijd, dan ben je met onderstaande persoonlijke selectie weer helemaal mee.

DIT SELECTEERDEN WE DEZE WEEK VOOR JOU:

1 Vrouw hoofd ingeslagen, woning in brand gestoken: “Klein mirakel dat huis niet in de lucht is gevlogen”

2 Louisa (82) rijdt zestig jaar lang rond zonder rijbewijs: “Nooit gecontroleerd, nooit geflitst, nooit gebotst”

3 Man slaat ex het hoofd in en plaatst boobytrap in huis: “Na de breuk was hij aan het vereenzamen”

4 Aangrijpend afscheid van Christophe Lambrecht: “Het was de mooiste uitvaart denkbaar voor hem”



HET BESTE VAN N+ ENKEL VOOR ABONNEES

Pieter, deze artikels wil je niet missen!

Wij selecteerden voor jou enkele N+ artikels die je deze week misschien gemist hebt. Zo ben je weer helemaal mee met het meest besproken nieuws van afgelopen week!

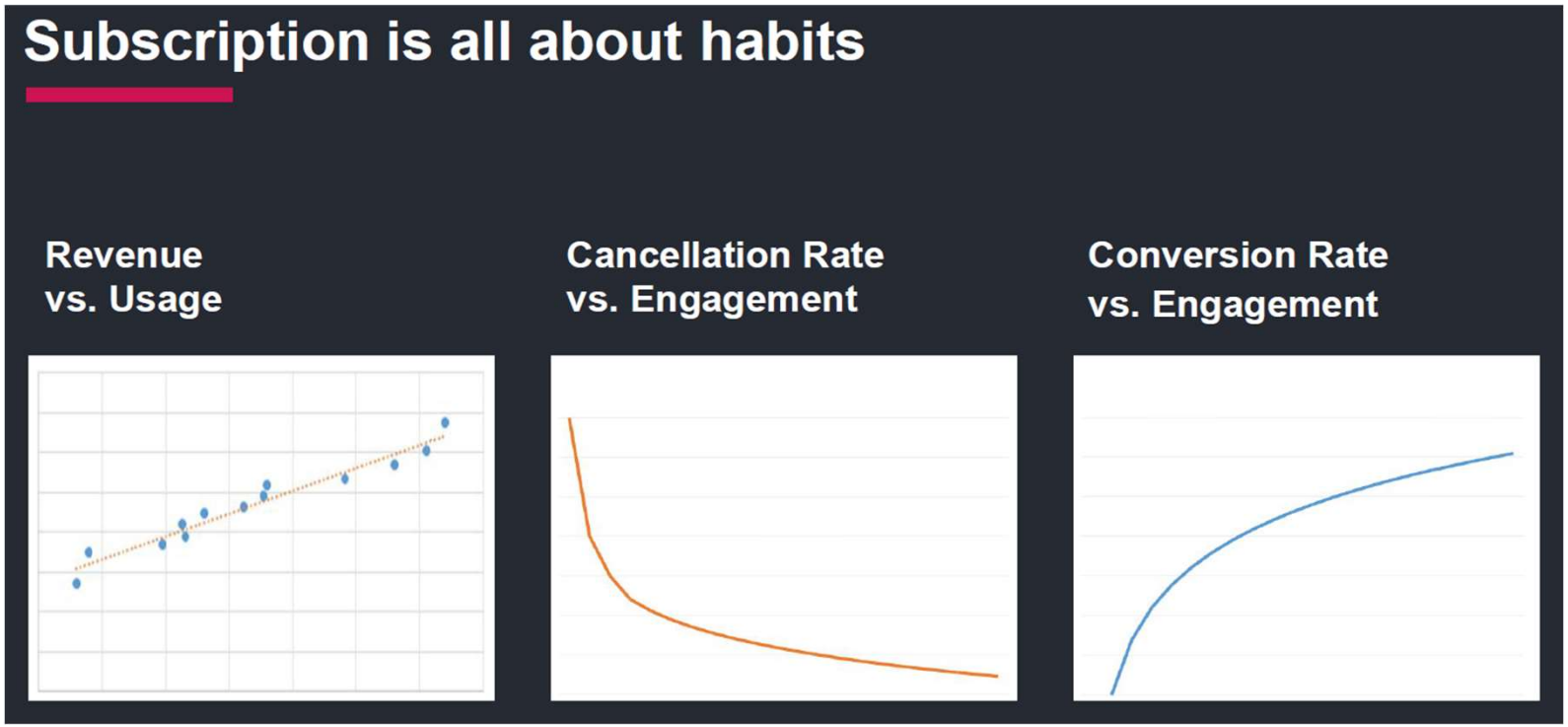
DIT SELECTEERDEN WE DEZE WEEK VOOR JOU

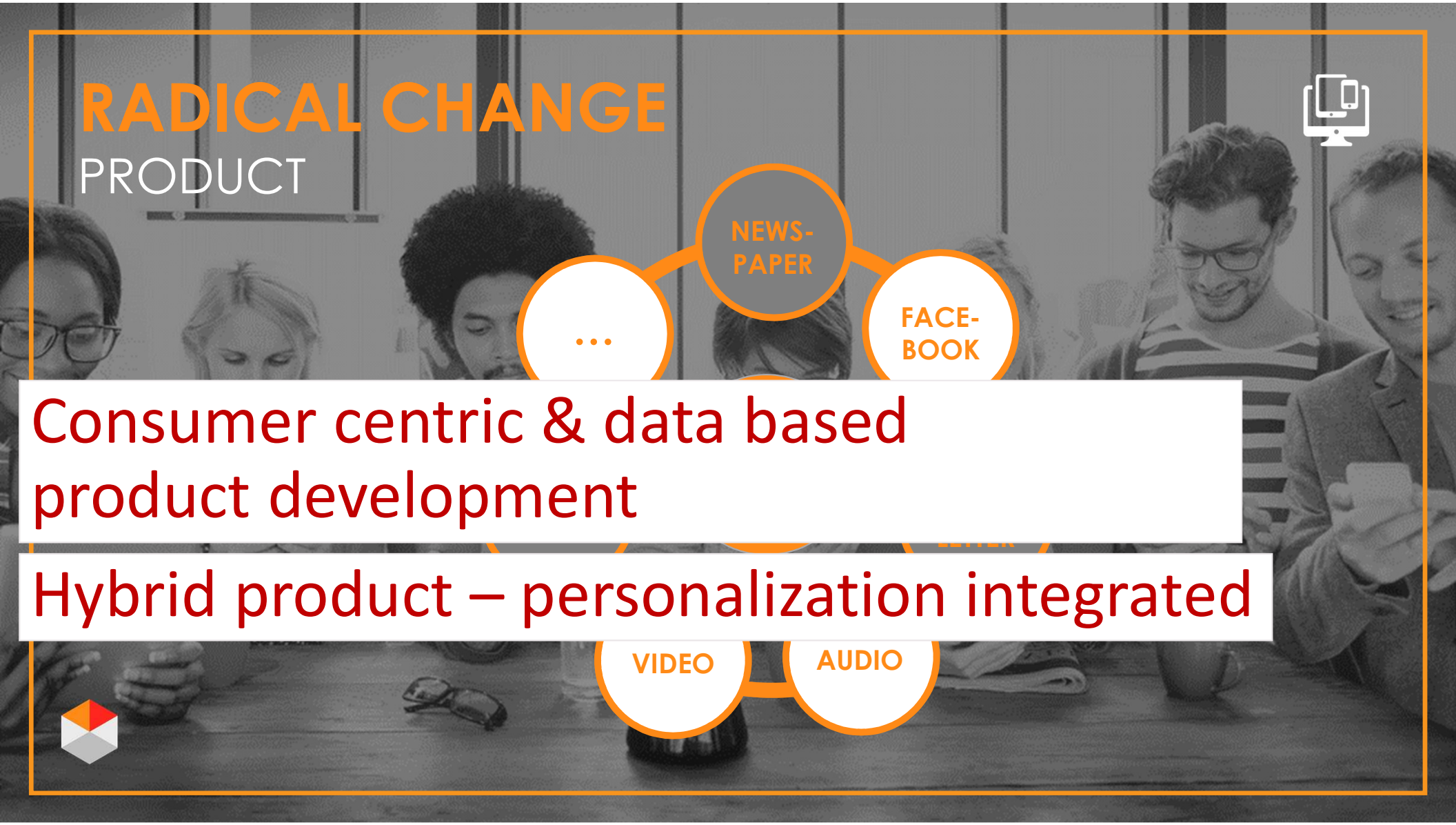
1 Strooizout is slecht voor je auto, je fiets, je tuin en je schoenen. Dit kan je er aan doen

2 Vijf jaar na de dood van Mikey (19) verschijnt één dader voor assisen en maakt de andere zich vrolijk in de sportclub

Consumer oriented product development

Personalization of News Platforms




RADICAL CHANGE
PRODUCT
NEWS-
PAPER
FACE-
BOOK
...
VIDEO
AUDIO
Consumer centric & data based
product development
Hybrid product – personalization integrated



Trui.Lanckriet@Mediahuis.be



Data driven marketing in een b2b publishing omgeving

Michael Dam

bohn stafleu van loghum

20 nov inct.spiratie



Michael Dam
Manager Marketing

Wolters Kluwer
PCM uitgevers
kpn
rtl
sanoma
mybusinessmedia
Sdu oprecht de beste keuze
WEGENER Media

bohn stafleu van loghum





























- 150 collega's in Houten
- Kennis- en leeroplossingen om (pre)professionals in de gezondheidszorg beter te maken
- Digitale kennisbanken
- Communityplatforms

- Workflowtools en testproducten
- E-learningmodules
- 130 events per jaar
- 45 magazines
- 100 nieuwe boektitels per jaar

bohn
stafleu
van loghum

SPRINGER NATURE



Approximate number of FTE's per region

bohn
stafleu
van loghum

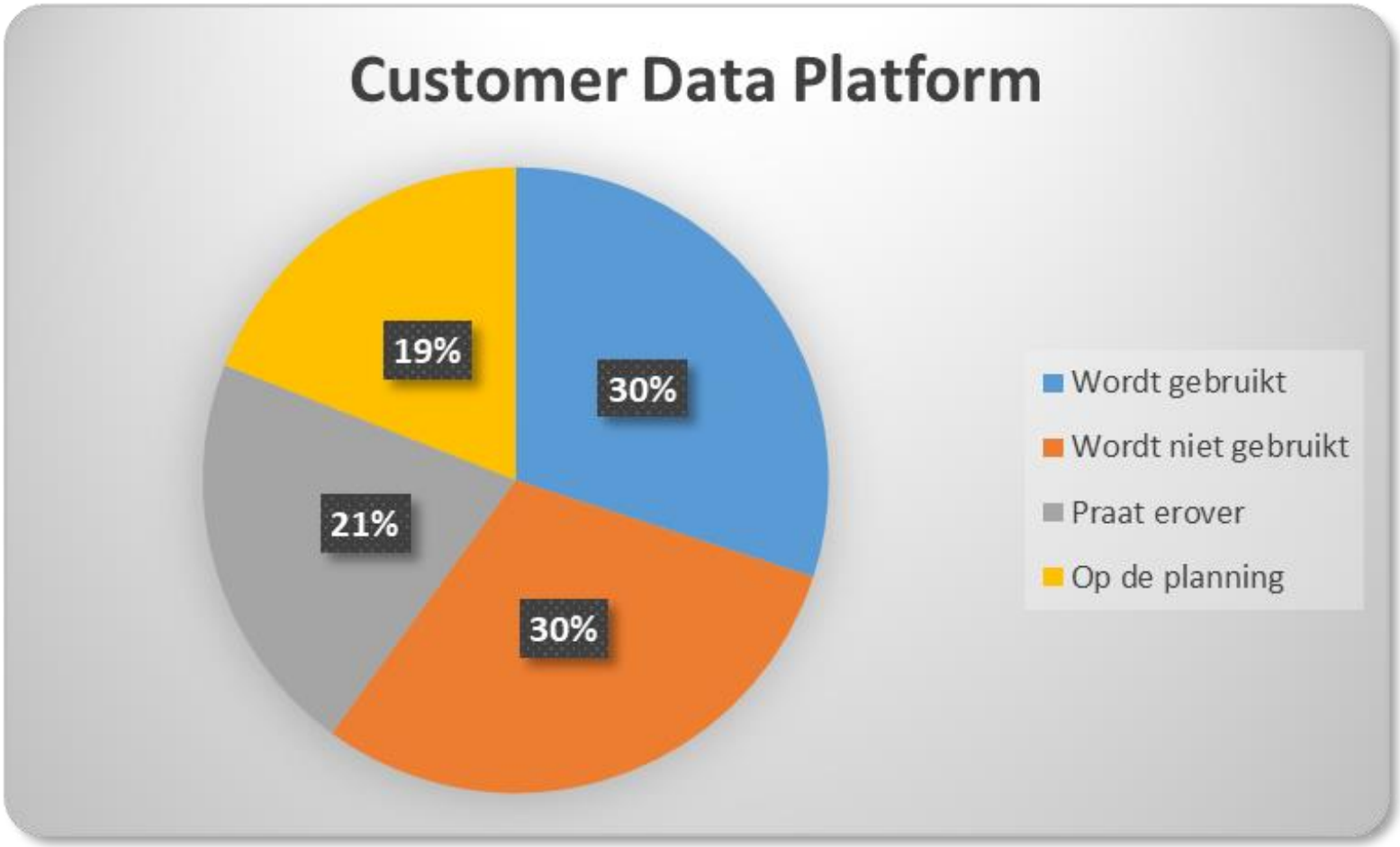
Agenda

1. Trends
2. Onze aanpak
3. Case
4. Vragen

bohn
stafleu
van loghum

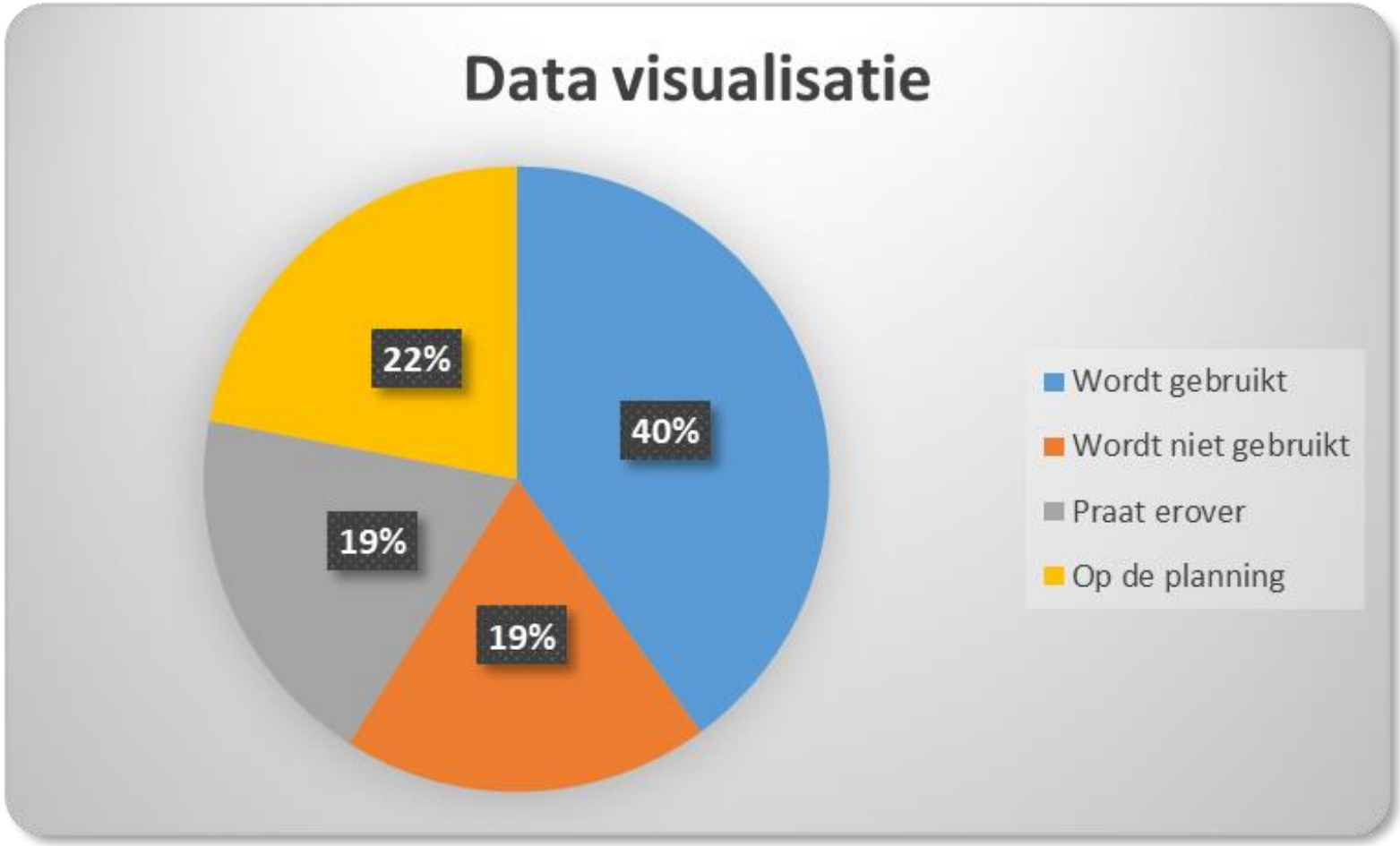
Data driven maturity index van de zaal…

bohn
stafleu
van loghum



Bron: DDMA Data Driven Marketing Onderzoek 2018

bohn stafleu van loghum



Bron: DDMA Data Driven Marketing Onderzoek 2018

bohn stafleu van loghum

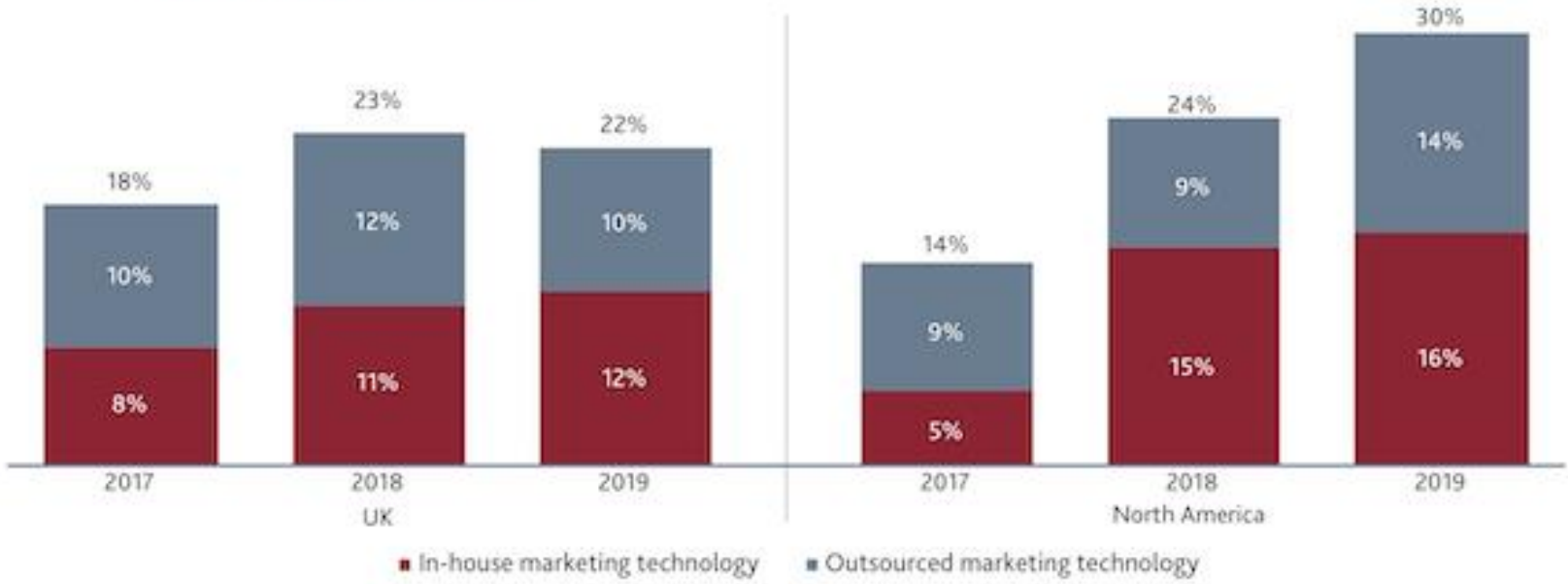


TRENDS

bohn stafleu van loghum

20 nov inct.spiratie

WHAT PERCENTAGE OF YOUR OVERALL MARKETING BUDGET DO YOU TYPICALLY SPEND ON MARKETING TECHNOLOGY?



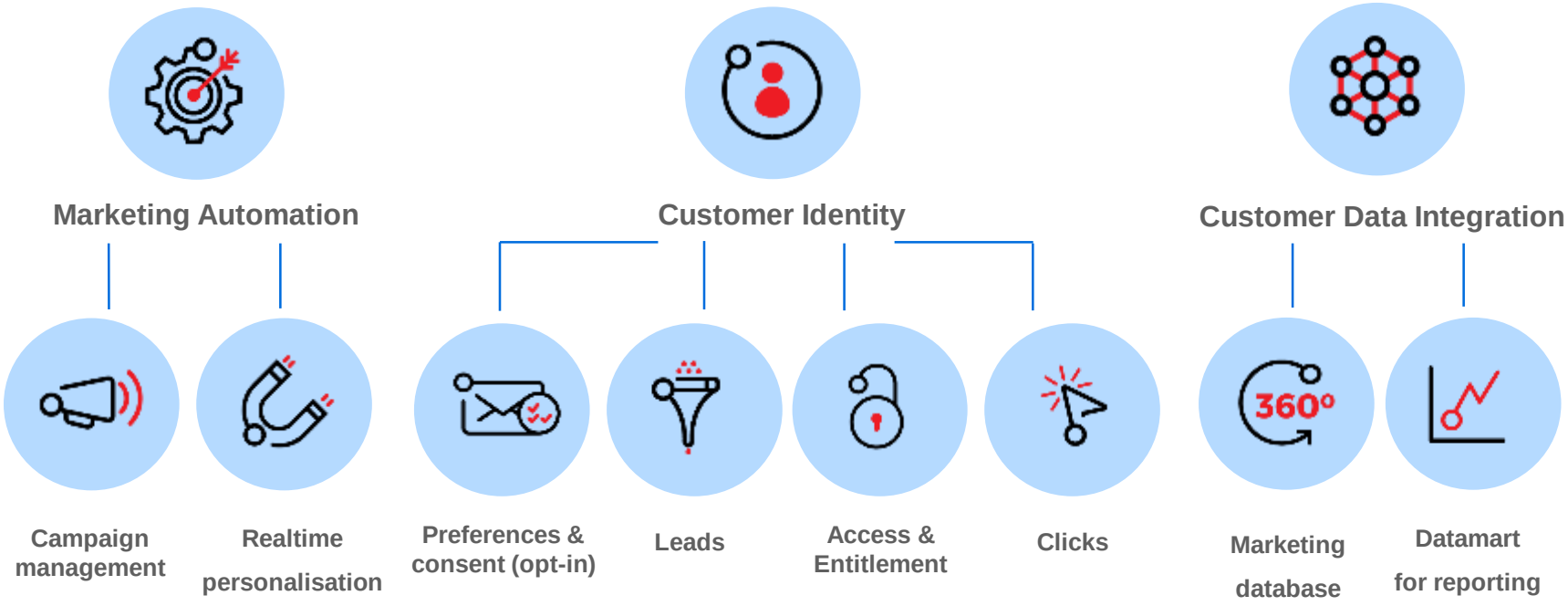
Note: The question included the following description: 'By marketing technology, we mean a tool that you use to assist with marketing workflows; customer acquisition and retention; brand and communications; content and social; or data and analytics'.

bohn stafleu van loghum

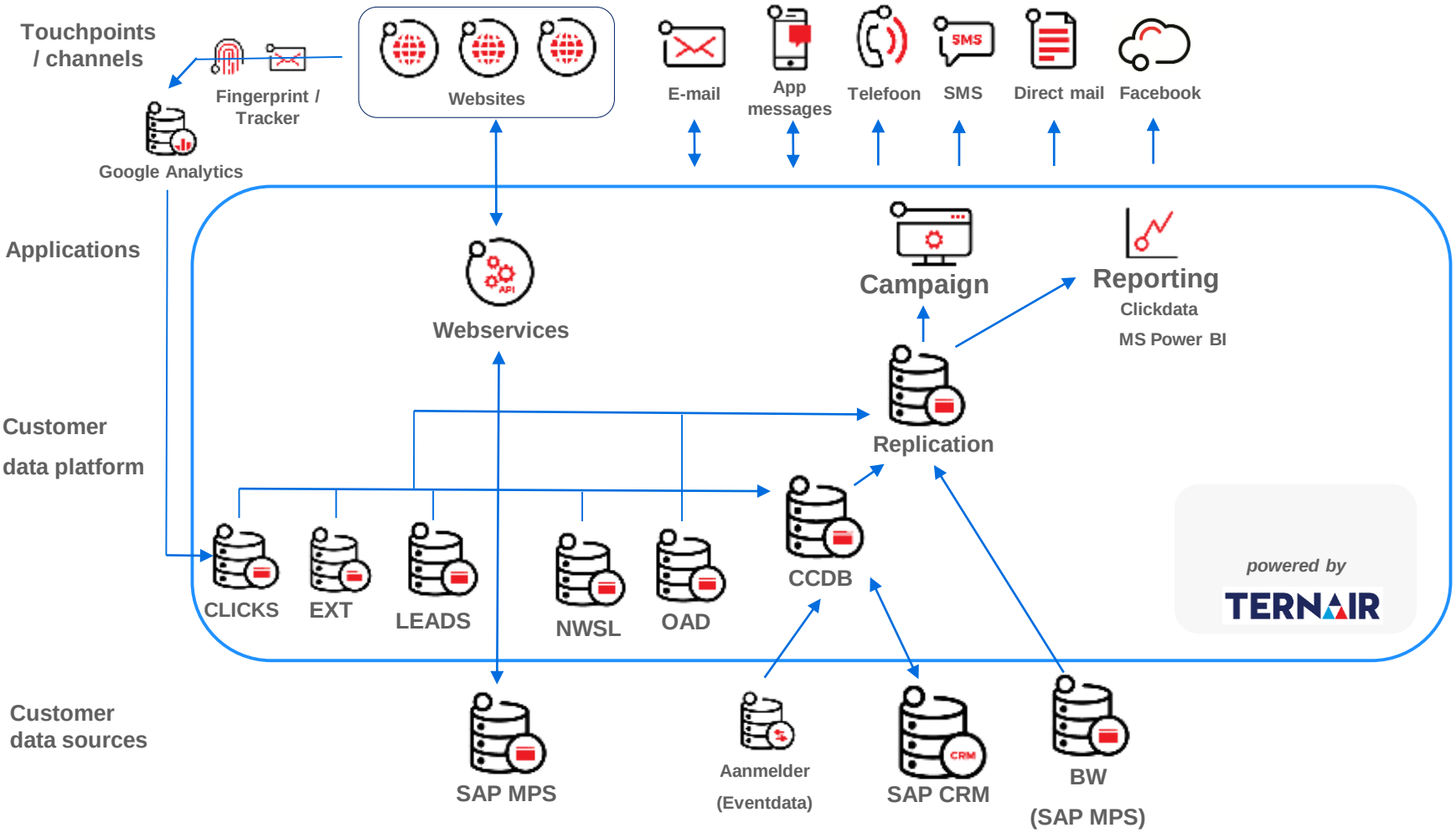


1. Customer Data Platforms

bohn
stafleu
van loghum



bohn stafleu van loghum



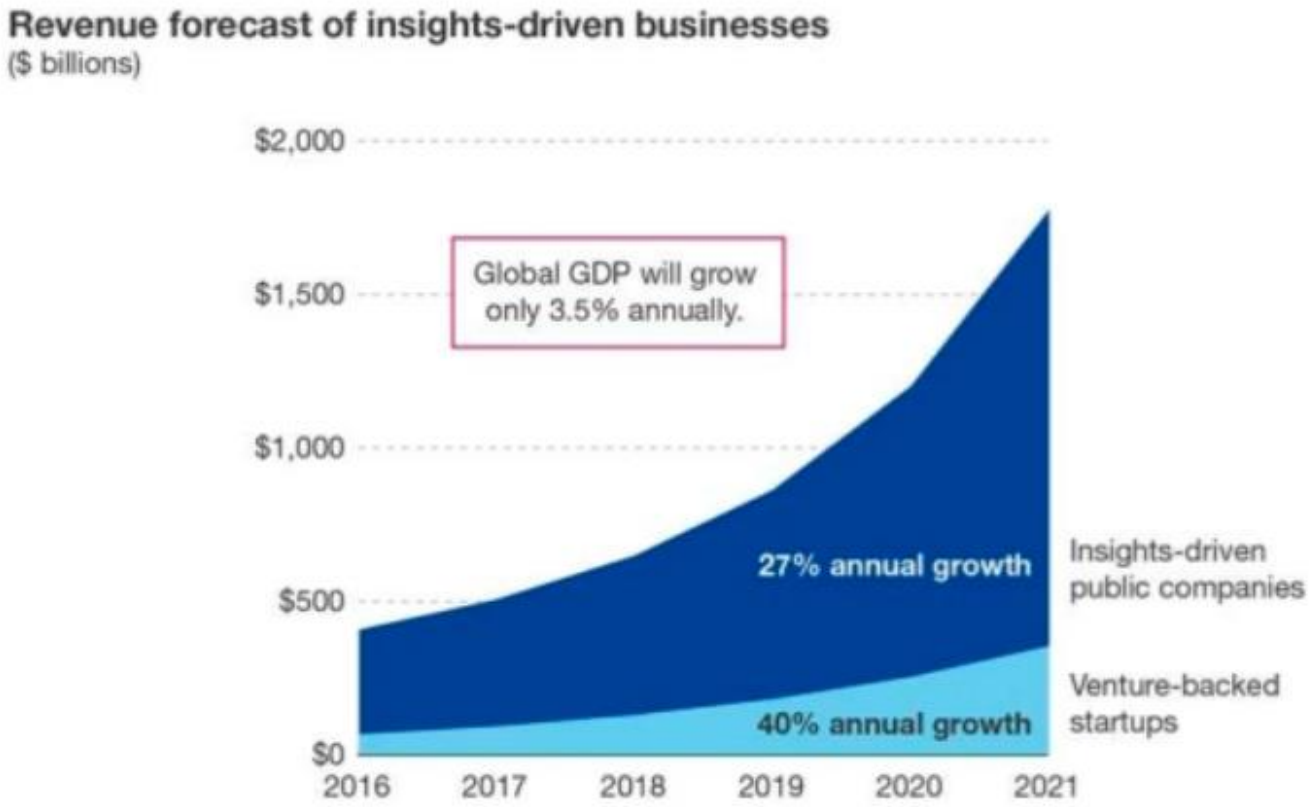
bohn stafleu van loghum

2. Visual data discovery



bohn stafleu van loghum

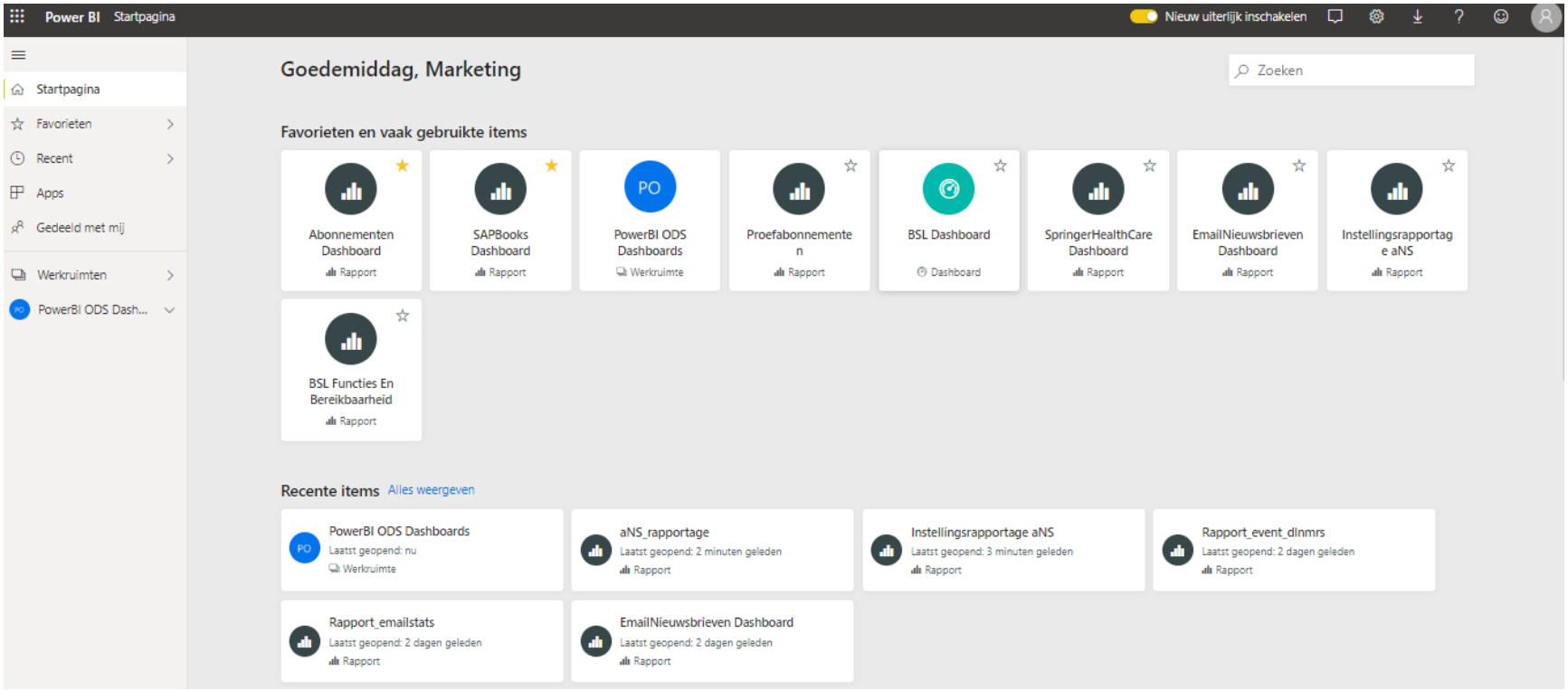
Insights driven organisaties groeien 8 tot 10 keer harder dan een gemiddelde economie



Bron: Forrester Research, 2018

bohn stafleu van loghum

Microsoft
Power BI



bohn stafleu van loghum



bohn
stafleu
van loghum



3. Data driven personalisatie

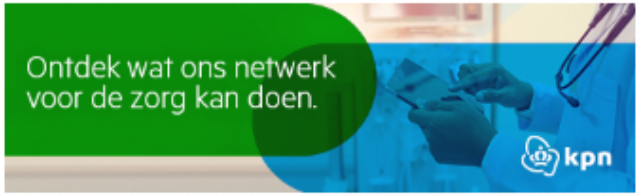
bohn
stafleu
van loghum

Uw digitale transformatie versnellen met KPN Health

Beleef wat 10 jaar ervaring in de zorgsector voor u kan betekenen.

Na een sessie in de KPN Digital Dutch Xperience kan uw organisatie de volgende dag al concreet aan de slag kunt met de uitkomsten.

Meer informatie



Drugs en lvb? 'Risico op verslaving is groter bij deze doelgroep'



'Mensen met een licht verstandelijke beperking gebruiken minder vaak drugs dan mensen zonder verstandelijke beperking, maar als ze gebruiken, zijn hun problemen vaak wel groter.' Dat zegt onderzoeker Noud Frielink. Zo lopen mensen met een licht verstandelijke beperking (lvb) bijvoorbeeld meer risico om verslaafd te raken.

PROFESSIONALISERING
Blog: Waarom creatief denken en lef een ijzersterke combi is

PREMIUM
JEUGDHULP
'We moeten ophouden met doen alsof kinderen getikt zijn'

PREMIUM
JEUGDHULP
'Dat agressie bij het werk hoort accepteren we niet'

PREMIUM
ARMOEDE EN SCHULDHULPVERLENING
Actieve rol kerken bij armoedebestrijding is broodnodig

bohn stafleu van loghum



4. Predictive analytics

bohn
stafleu
van loghum



bohn stafleu van loghum



ONZE AANPAK

bohn stafleu van loghum

20 nov inct.spiratie



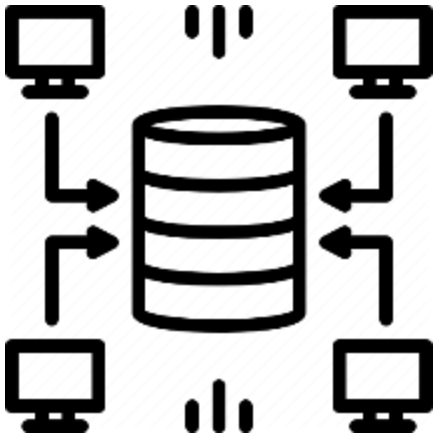
bohn
stafleu
van loghum

Toen we starten….

- Legacy van systemen en software
- Afdelingen met verschillende data
- Datamanagement is moeilijk en complex
- Verouderde data en datasilo’s
- Complexe klant- en orderprocessen
- Geen centrale sturing
- Nieuwe privacywetgeving
- Old school marketing
- Geen dashboards

bohn
stafleu
van loghum

3 ingrediënten om insights driven te worden





The Blue Code

bohn stafleu van loghum

Uitdagingen voor succes data driven marketing

- 40% > realiseren van een data driven cultuur
- 30% > betere samenwerking tussen afdelingen
- 30% > kennis en vaardigheden medewerkers



Bron: DDMA Data Driven Marketing Onderzoek 2018

bohn stafleu van loghum



Teamwork

bohn
stafleu
van loghum


Data driven marketingchampions
bohn
stafleu
van loghum

Maar ook met….

- Uitgevers
- Redacties
- Sales
- Team online

bohn
stafleu
van loghum

The Blue Code

Cultuur

bohn stafleu van loghum

Van insights naar actions

- Steun van directie en collega-managers
- KPI framework
- Heel veel testen
- Acties om te verbeteren

- Maar ook…

bohn stafleu van loghum

Kennissessies



Schermen op afdelingen



Respect voor privacy van onze klanten en stakeholders

Bohn Stafleu van Loghum (BSL)
1,773 followers
1d •

Trots op het behalen van het Privacy Waarborg van de DDMA. Daarnaast is onze organisatorische informatiebeveiliging geaccrediteerd met het beveiligingslabel Goud. Dat betekent dat we onze informatiebeveiliging geborgd hebben en beleid gedefinieerd hebben met betrekking tot operationele processen, toegangsbeheer en good governance. We willen ons datagebruik continu ontwikkelen en toetsen aan wat kan en mag, omdat we zeer zorgvuldig willen omgaan met de persoonsgegevens van onze klanten, collega's, auteurs en stakeholders. #AVG #GDPR #Privacy #DDMA #PrivacyWaarborg https://lnkd.in/dd6J87R

See translation



Gouden beveiligingslabel Privacy Waarborg voor Bohn Stafleu van Loghum

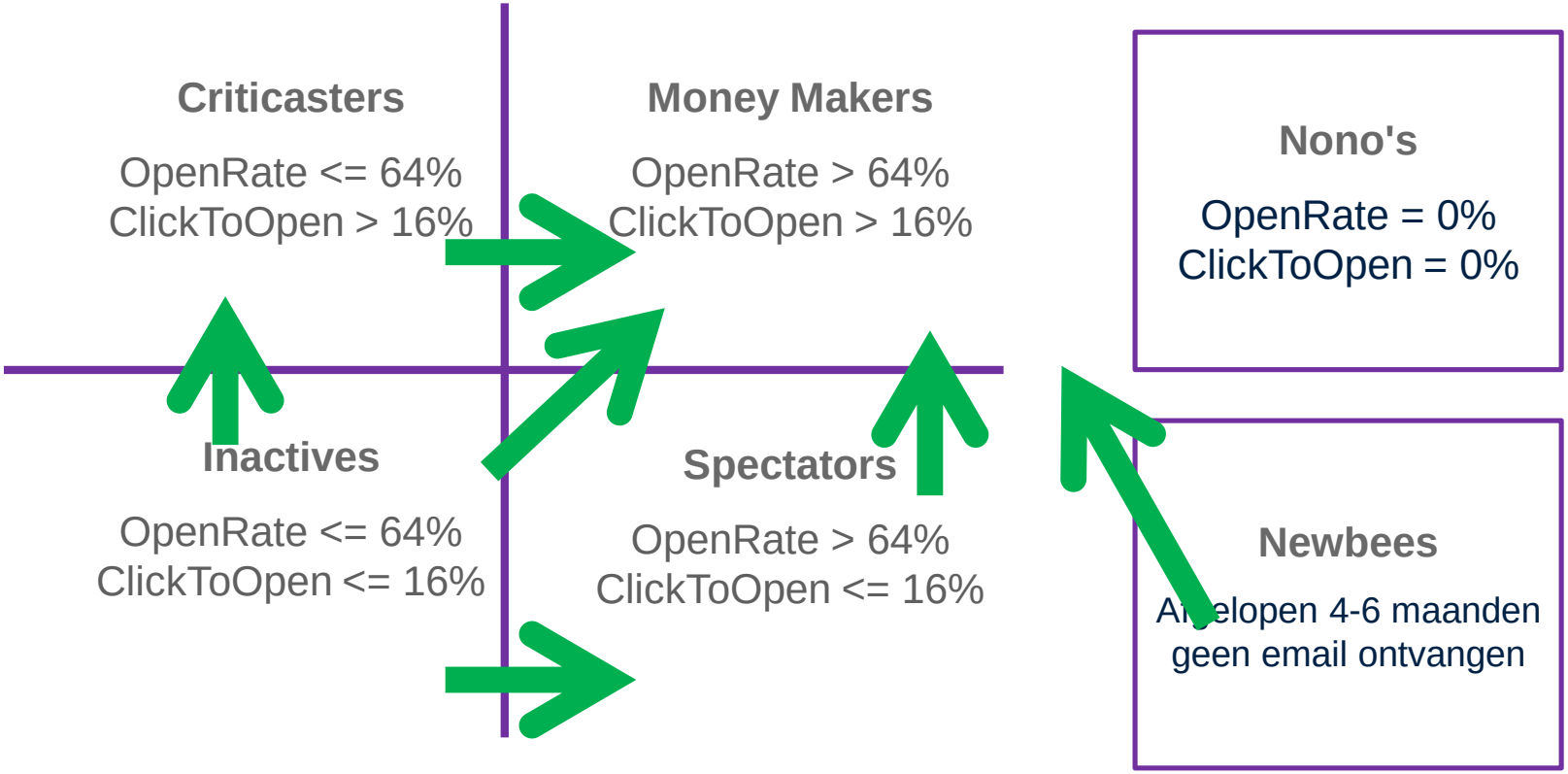
privacywaarborg.nl

bohn stafleu van loghum

Emailsegmentatiemodel

bohn
stafleu
van loghum

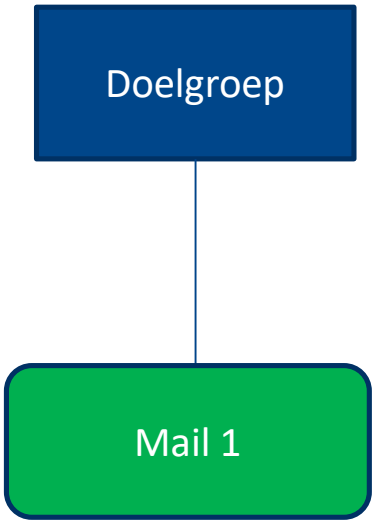
Emilsegmentatie via modelgroepen



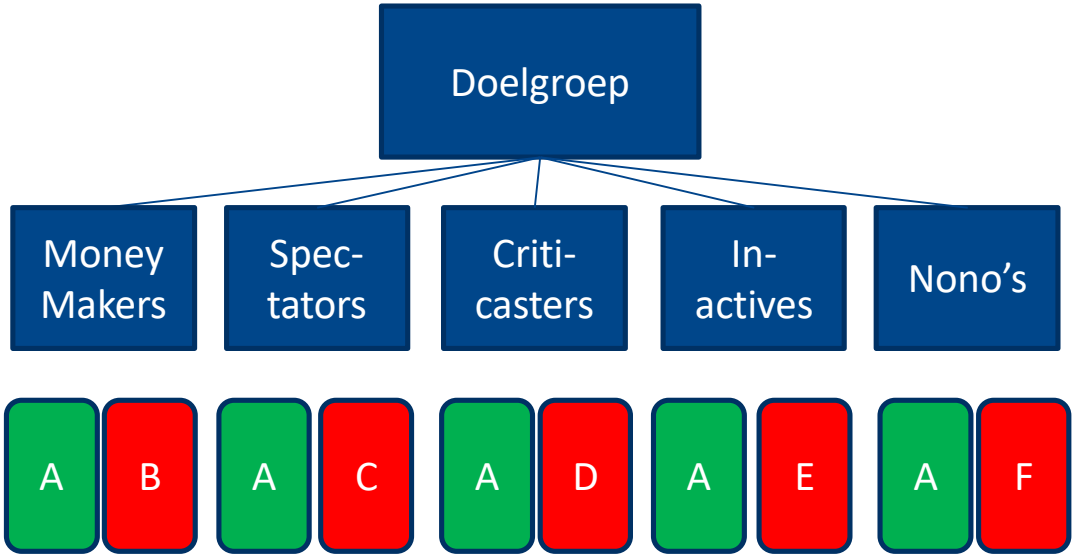
bohn stafleu van loghum

Execution

Oude werkwijze



Nieuwe werkwijze



bohn stafleu van loghum

VILLAMEDIA
WEBSITE OVER JOURNALISTIEK

Bert Bukman — woensdag 9 oktober 2019, 12:47 | 0 reacties, praat mee

Hoe de nieuwsbrief van Zorgvisie 49 procent meer verkeer opleverde



De klad zat er in. De wekelijkse nieuwsbrief van Zorgvisie ICT, oplage 14.000, werd steeds minder geopend. Bert Bukman en data-analist Martijn Steenbeek vertellen zelf hoe ze dat probleem hebben aangepakt.

Het is een interessant bestand, vindt iedereen bij uitgeverij Bohn Stafleu van Loghum. De wekelijkse nieuwsbrief Zorgvisie ICT heeft ruim 14.000 abonnees. Een mooi aantal voor een journalistiek interessant maar nogal specifiek werkveld.

bohn stafleu van loghum

Kop A: ‘verpleegkundigen moeten een leidende rol krijgen bij innovatie’

Kop B: ‘Hierom moeten verpleegkundigen een leidende rol krijgen bij innovatie’

De activerende kop scoort maar liefst **12,8 procent** meer clicks.

bohn stafleu van loghum

Kop A: ‘Joep de Groot: digitalisering is geen toverwoord’

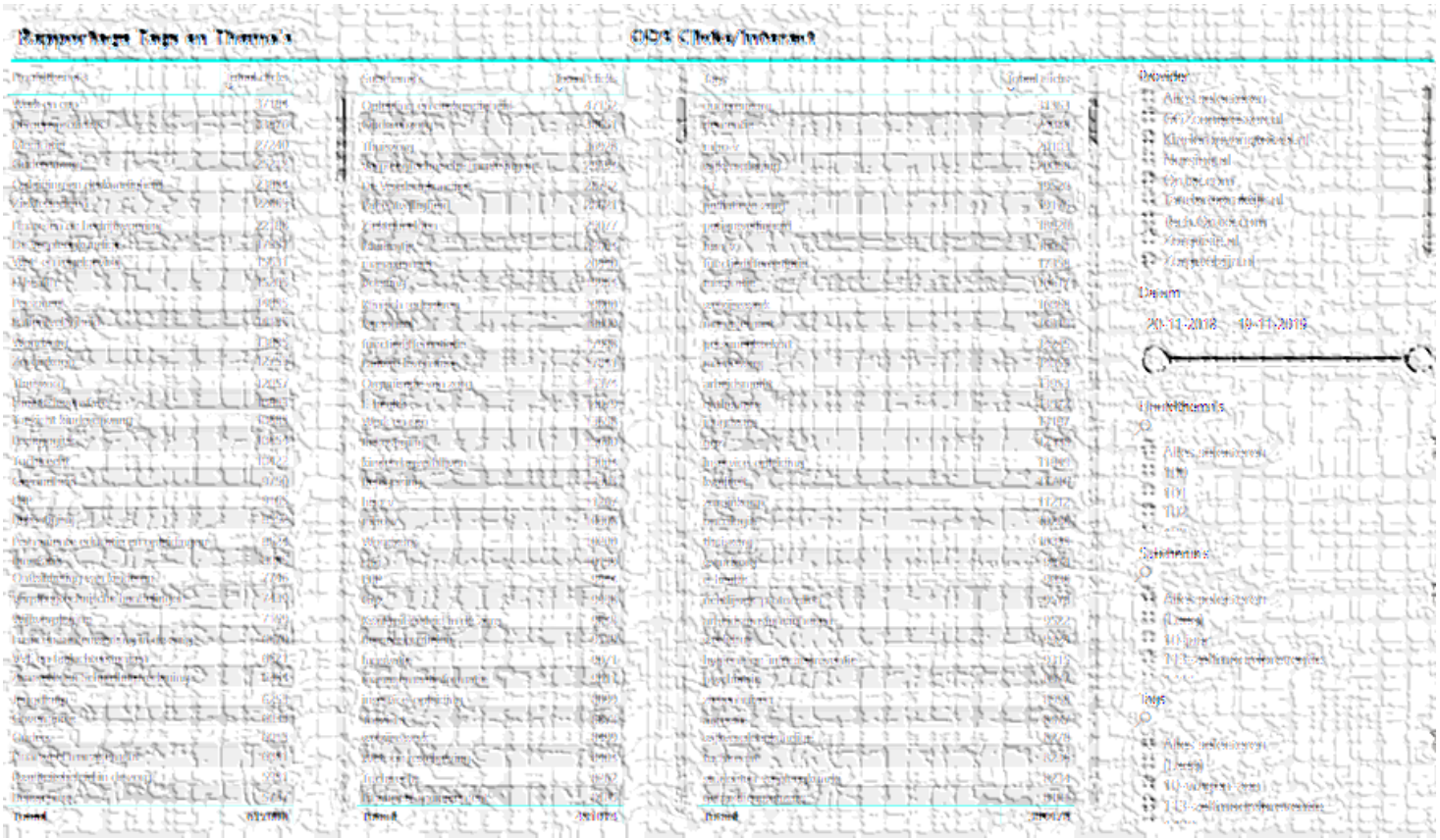
Kop B: ‘Wat verwacht de nieuwe CZ-topman van digitalisering?’

Het resultaat: **18,4 procent** meer clicks.

bohn stafleu van loghum

Targeting op thema's en tags

bohn
stafleu
van loghum



OR reguliere campagnes: 34,4%

OR clicks (tags/thema's): 46,8%

CTO reguliere campagnes: 17,1%

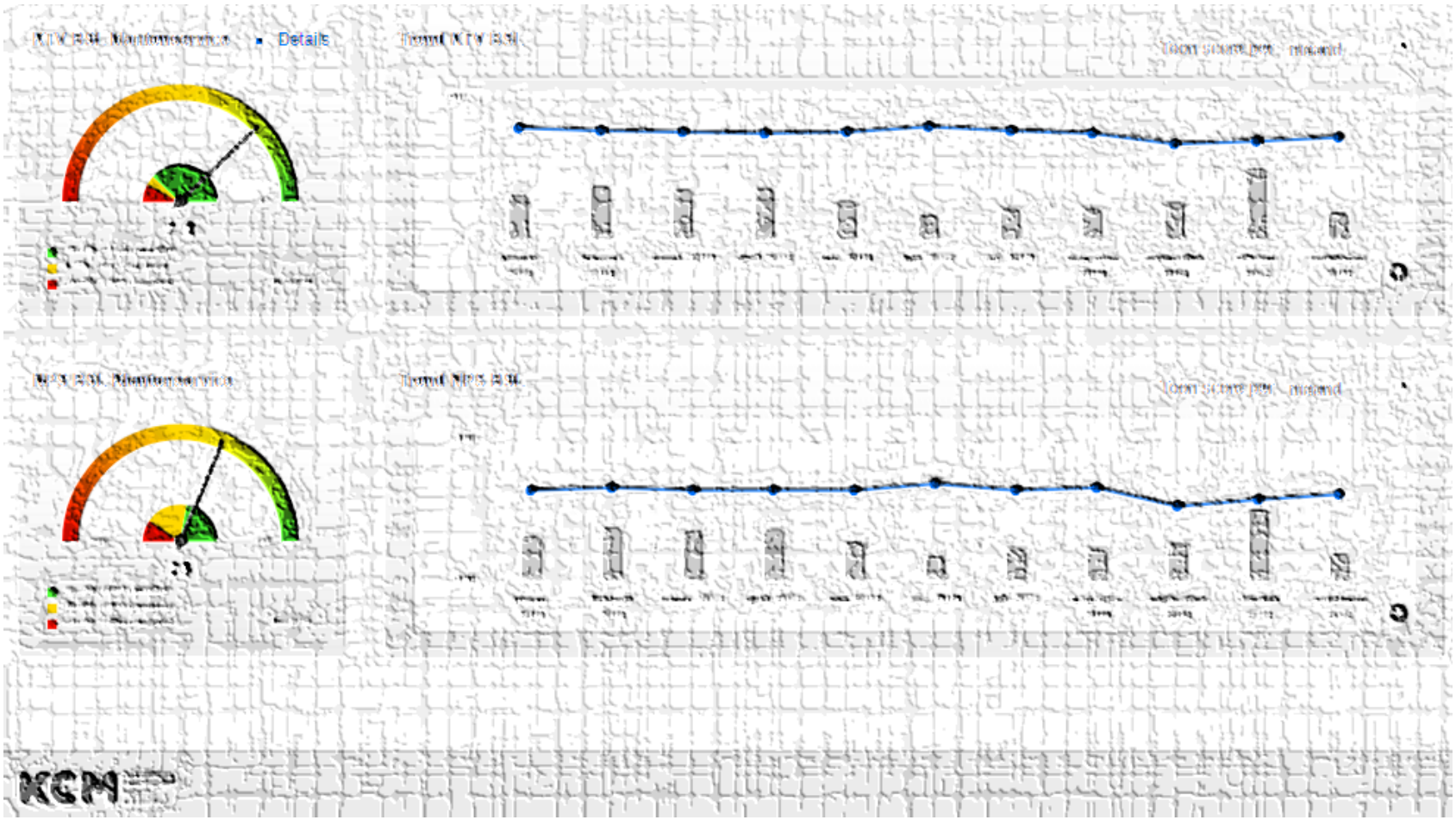
CTO clicks (tags/thema's): 26,7%

bohn stafleu van loghum

En verder meten we (bijna) alles onder onze klanten….

bohn
stafleu
van loghum

NPS en tevredenheid onder onze klanten en auteurs

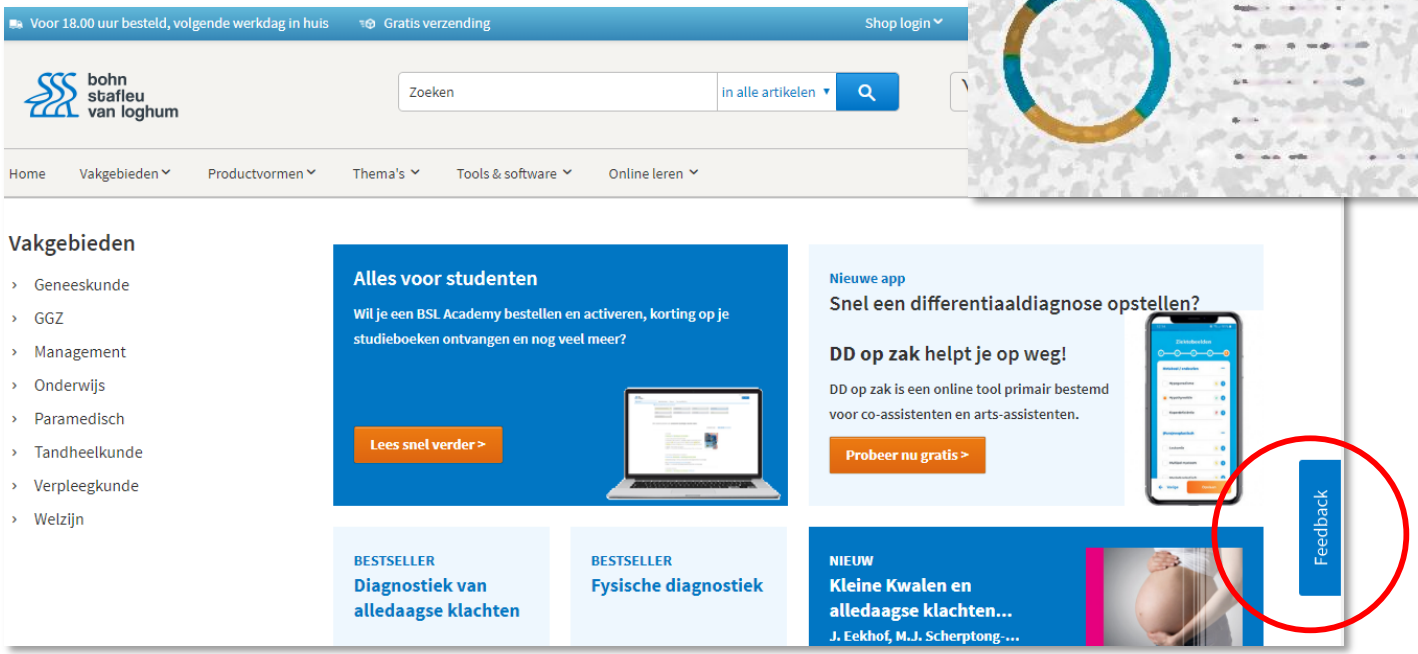


bohn
stafleu
van loghum

Feedback op onze online platformen

usabilla
by SurveyMonkey





bohn stafleu van loghum

Social media als input voor content



COOSTO

bohn stafleu van loghum

What's next?

- Verrijken, verrijken, verrijken
- Versimpelen order- en klantprocessen
- Verbeteren onboarding en campaign flows
- Personaliseren content op websites
- Personaliseren aanbod webshop
- Verdere ondersteuning bij data driven journalistiek
- Blijven testen en sturen op KPI's

bohn stafleu van loghum

bohn
stafleu
van loghum

Waarmee maken we jou steeds beter?

michael.dam@bsl.nl

linkedin.com/in/michaelmdam

06-27189445

bohn
stafleu
van loghum



Data-Driven Publishing?

‘Data heeft geen enkele waarde tenzij je er kennis uit kan halen.’



- James Whittaker, technical Evangelist, Microsoft



Beter geïnformeerd uitgeven.



Scherpt de geest, raakt het hart.

Onafhankelijke groep media bedrijven gericht op opinie en mindstyle media, fictie, nonfictie, kinderboeken en leer-oplossingen voor het primair onderwijs.

Ca. 400 medewerkers in Amsterdam, Tilburg en Antwerpen.




































UITGEVERIJ + SCHWUNG = INNOVATIE
SCHWUNG

INNOVATIE

VERBETEREN?

VAN DE BESTAANDE BUSINESS

VERNIEUWEN?

NIEUWE PRODUCTEN EN DIENSTEN

ONTWRICHTEN?

STATUS QUO ECHT VERANDEREN

Waar begin je [aan]?

Breng in kaart...

Uitgeefproces WPG boeken



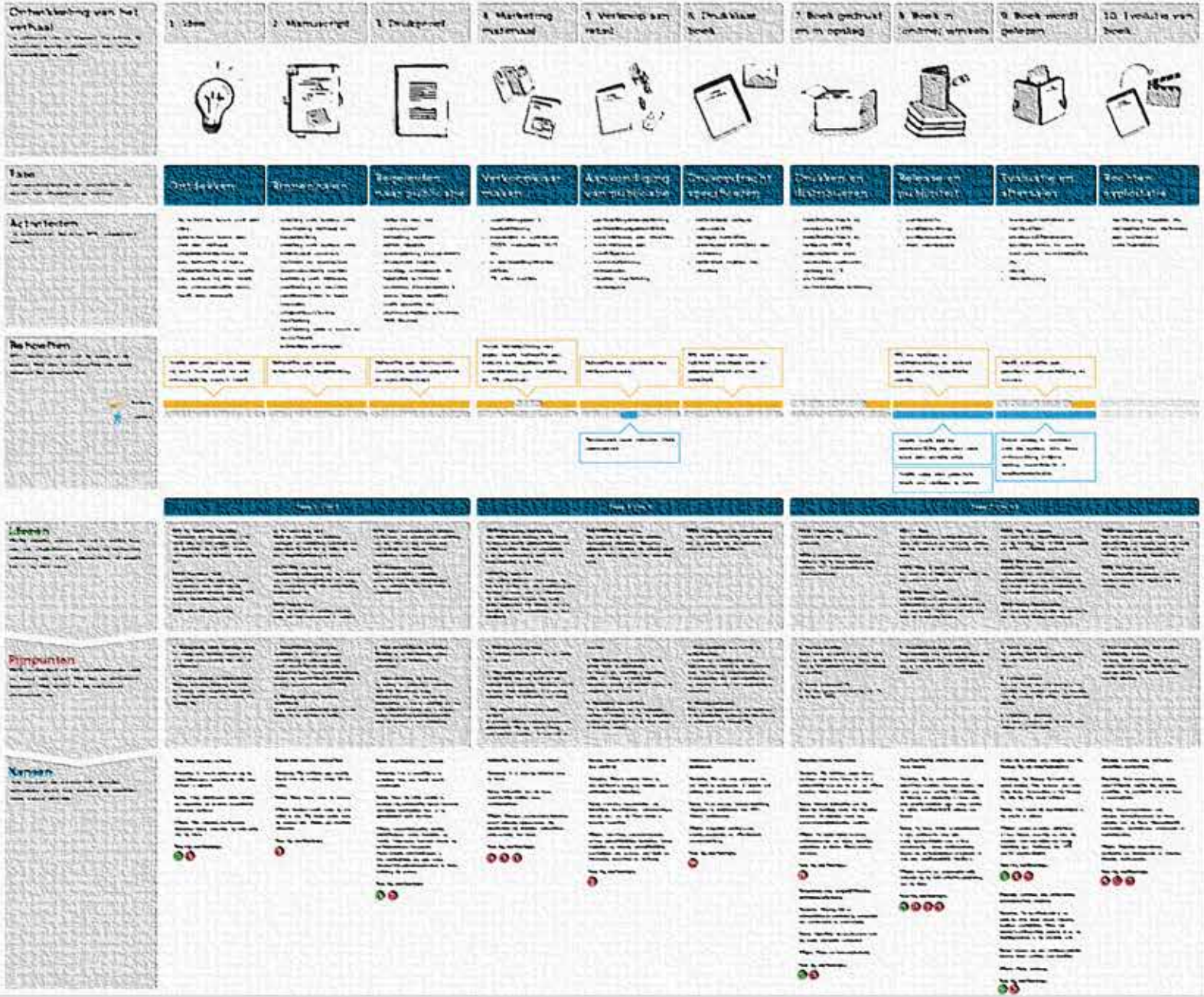
1. Huidige situatie



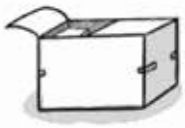
2.Gevolg

3. Focus gebieden





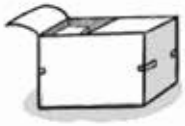
Spot de kansen...

1. Idee	2. Manuscript	3. Drukproef	4. Marketing materiaal	5. Verkoop aan retail	6. Drukklaar boek	7. Boek gedrukt en in opslag	8. Boek in (online) winkels	9. Boek wordt gelezen	10. Evolutie van boek
									
Ontdekken	Binnenhalen	Begeleiden naar publicatie	Verkoopklaar maken	Aankondiging van publicatie	Drukopdracht specificeren	Drukken en distribueren	Release en publiciteit	Evaluatie en aftersales	Rechten-exploitatie

Vernieuwen

Verbeteren

Verbeteren

1. Idee	2. Manuscript	3. Drukproef	4. Marketing materiaal	5. Verkoop aan retail	6. Drukklaar boek	7. Boek gedrukt en in opslag	8. Boek in (online) winkels	9. Boek wordt gelezen	10. Evolutie van boek
									
Ontdekken	Binnenhalen	Begeleiden naar publicatie	Verkoopklaar maken	Aankondiging van publicatie	Drukopdracht specificeren	Drukken en distribueren	Release en publiciteit	Evaluatie en aftersales	Rechten-exploitatie

Vernieuwen

Verbeteren

Stel kaders...

4 pijlers voor innovatie (en transformatie)

Digitale transformatie

De verandering van een traditioneel mediahuis, naar een toekomst-bestendig bedrijf dat nieuwe mogelijkheden in de hele bedrijfsvoering weet uit te nutten.

Directe Klantrelaties

Kennis van onze klanten moet verweven zijn in alles wat we doen willen we hen met de meest relevante producten en diensten kunnen blijven bedienen.

Drager-onafhankelijk

Onze verhalen, content, trainingen en leermiddelen zijn voor iedereen beschikbaar via meerdere dragers en kanalen en in diverse verschijningsvormen. Hierin is de klantvoorkeur leidend.

Data-gedreven

Op basis van data nemen we betere beslissingen, richten we onze processen beter in en maken we betere keuzes in ons portfolio, Marketing, productontwikkeling en innovatie.

Waarom willen we datagedreven werken?

1. Verwachtingen, buikgevoel, hypotheses **valideren**
2. Acteren en veranderen **op basis van feiten**
3. Onzichtbare zaken **zichtbaar maken**
4. Doelgroepen en problematiek **begrijpen**
5. Klanten beter **bedienen**
6. Intern- en extern **beter samenwerken**
7. De toekomst **nauwkeuriger inschatten**

Onze aanpak...

WPG innovatieproces

1 ONTDEKKEN

EXPLOREREN

Voor wie & waarom?

DEFINIEREN

Hoe vervul je de behoefte?

2 AANTONEN

BEWIJZEN

Is er markt voor de oplossing?

BUSINESS CASE

Wat levert het WPG op?

3 GROEIEN

BOUWEN

Waar beginnen we mee?

OPSCHALEN

Hoe kan het overleven en groeien?



Methoden

Trendanalyse
Technologie-analyse
Interviews
Cultural probes
Customer profiles
Personas
Customer Journeys
Klantinzicht: What-Why-Wow

Brainstormen
Schetsen
Value Proposition Canvas
Propositie Format
Propositie voorleggen
Oma-kindcheck

Design Sprint

Hypotheses
Experiment design
One Metric That Matters (succescriterium)
Hooked canvas

Archetype verdienmodellen
Business Model Canvas
Lean Canvas

Use cases
Mock-ups
User Stories
Demos & reviews

GROWS Canvas
Marketing (on/offline)
Verkoop (on/offline)
Product Roadmap
Backlog Management

Onze aanpak...
in de praktijk.

Van boeken naar boeken + mindbites

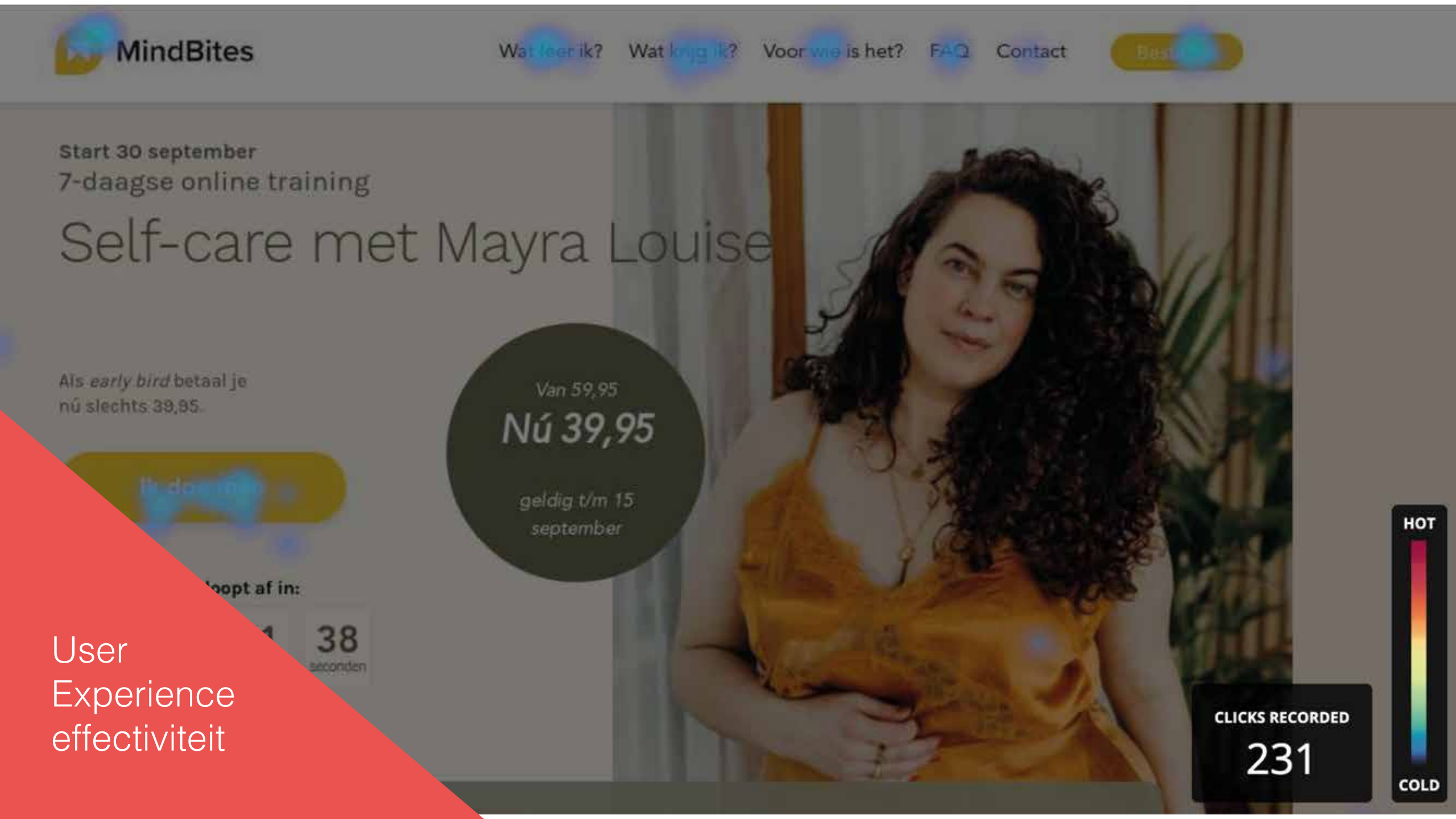








Doe proeflessen op www.mindbites.nl



User Experience effectiviteit


coachfinder
Artikelen coaching
Vind je ideale coach
Bekijk alle coaches
Ik ben een coach
Inloggen
Vind gratis en eenvoudig een coach bij jou in de buurt
Vind jouw ideale coach
Of bekijk alle coaches

THRILL SEEKER







www.thrillseeker.io

Hoe kunnen we...

...de lezer helpen om zijn volgende favoriete boek te vinden?

THRILL SEEKER BETA

Meer informatie

1 minuut

Zoek op basis van een favoriet spannend boek →

3 minuten

Zoek op basis van je voorkeuren en smaak →



THRILL SEEKER

De Thrill Seeker geeft een **Top 10 leestips** en vertelt je waarom deze boeken voor je zijn uitgezocht.

Je hebt de mogelijkheid om het advies naar jezelf te mailen of het boek te kopen.

www.thrillseeker.io

THRILL SEEKER

Dit is het advies van Thrill Seeker



Ik heb dit boek al gelezen

03

De vrouw in het raam

A.J. Finn

★★★★☆

sterren in de VN Detective en Thrillergids

Anna Fox woont alleen, ze verlaat haar huis in New York bijna nooit. Ze drinkt de hele dag door, kijkt oude films en bespioneert haar buren. In het huis tegenover Anna woont sinds kort een gezin: vader, moeder en tienerzoon. Alles lijkt bij hen perfect, maar op een nacht ziet Anna uit haar raam iets wat ze beter niet had kunnen zien. De twijfel sla...

Lees meer



Dit boek komt overeen op:

Thematiek	61%
Schrijfstijl	82%
Sfeerbeleving	91%

Koop | **Stuur mij dit advies**

Ik wil mijn antwoorden aanpassen

Jouw top 10

01



Bitterzoet
Miranda Beverly-Whittemore

02



De tweede zonde
Asa Larsson

03

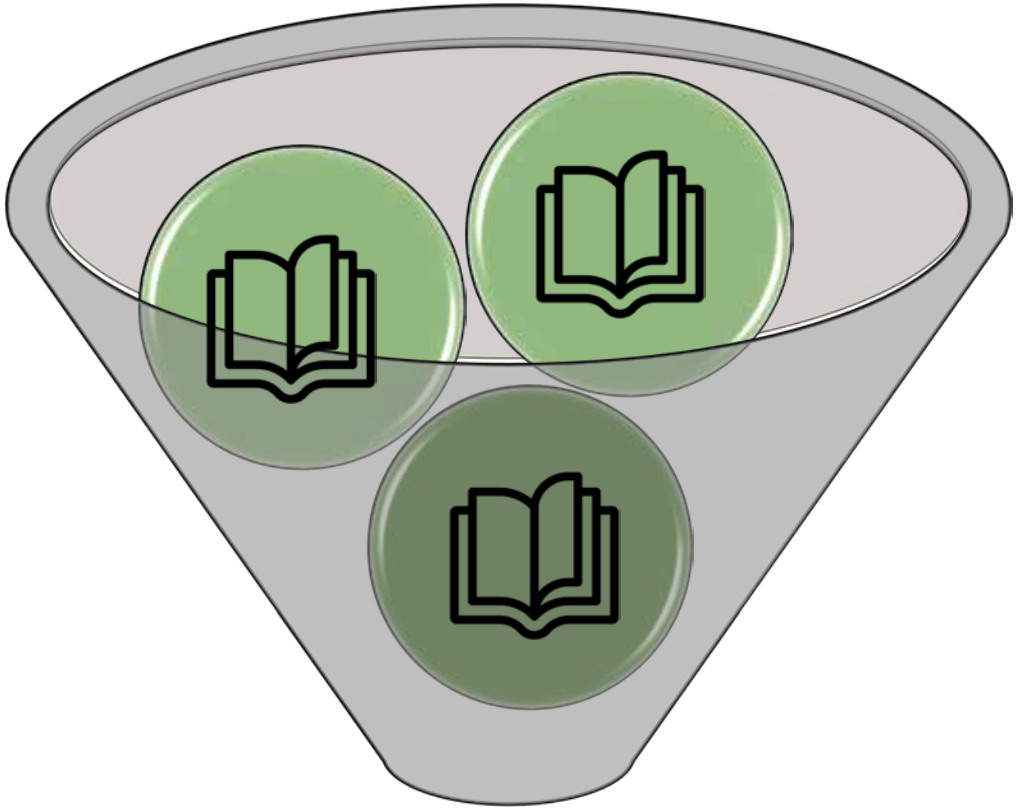


De vrouw in het raam
A.J. Finn

Aanpak (grofweg)

- Doelgoep definities
- Subgenre definities (in consumententaal)
- Verzamelen, inlezen, schonen van boekendata
- Handmatig labelen van honderden boeken voor trainingsmodel
- Ronde 1 check met 15 experts
- Aanpassen van engine, aanvullen trainingsdata
- Ronde 1 check met 1500 consumenten
- Aanpassen van engine, aanvullen trainingsdata
- Ronde 2, 3, 4, etc...
- Van 35% naar 83% Spot on! Advies.

Hoe werkt het?



Schwung Engine

Schoonmaak van ePubs

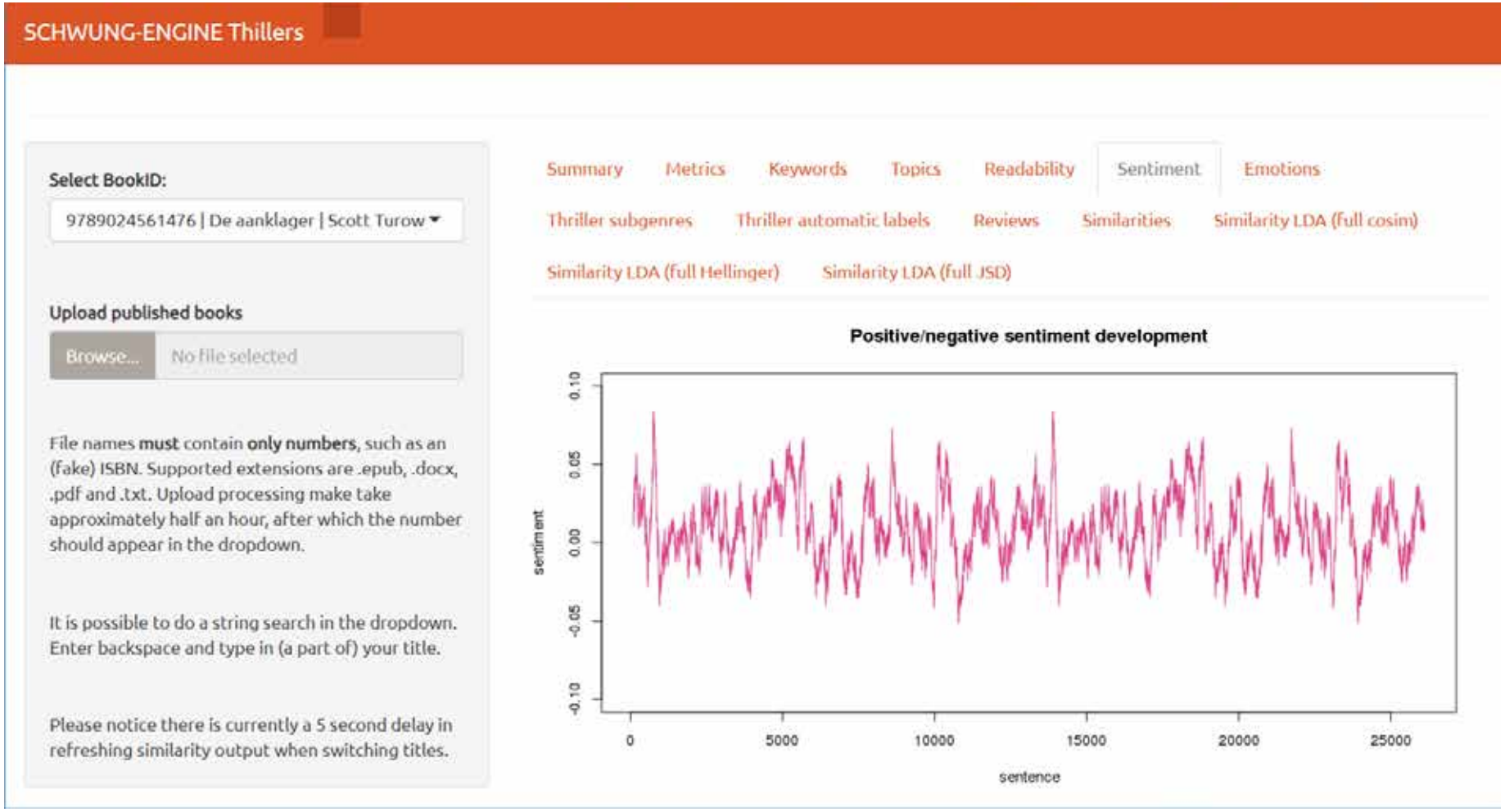
De tekst wordt in zijn geheel ontleed en in een set data omgezet (3000 metingen per boek)

Er worden vervolgens diverse algoritmen erop losgelaten om boeken met elkaar te vergelijken

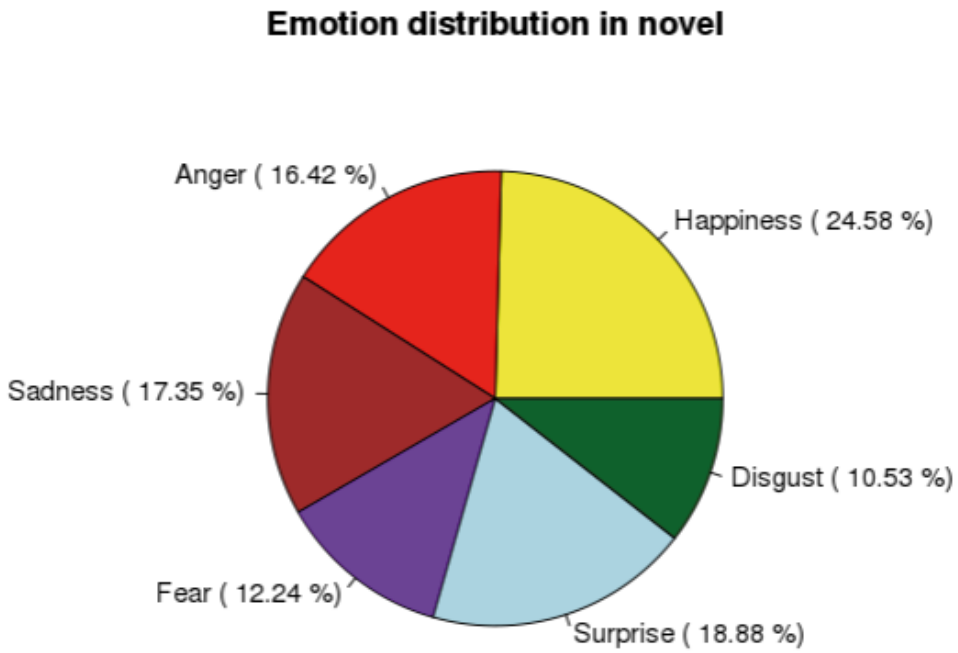
Welk text analyses worden er gedaan?

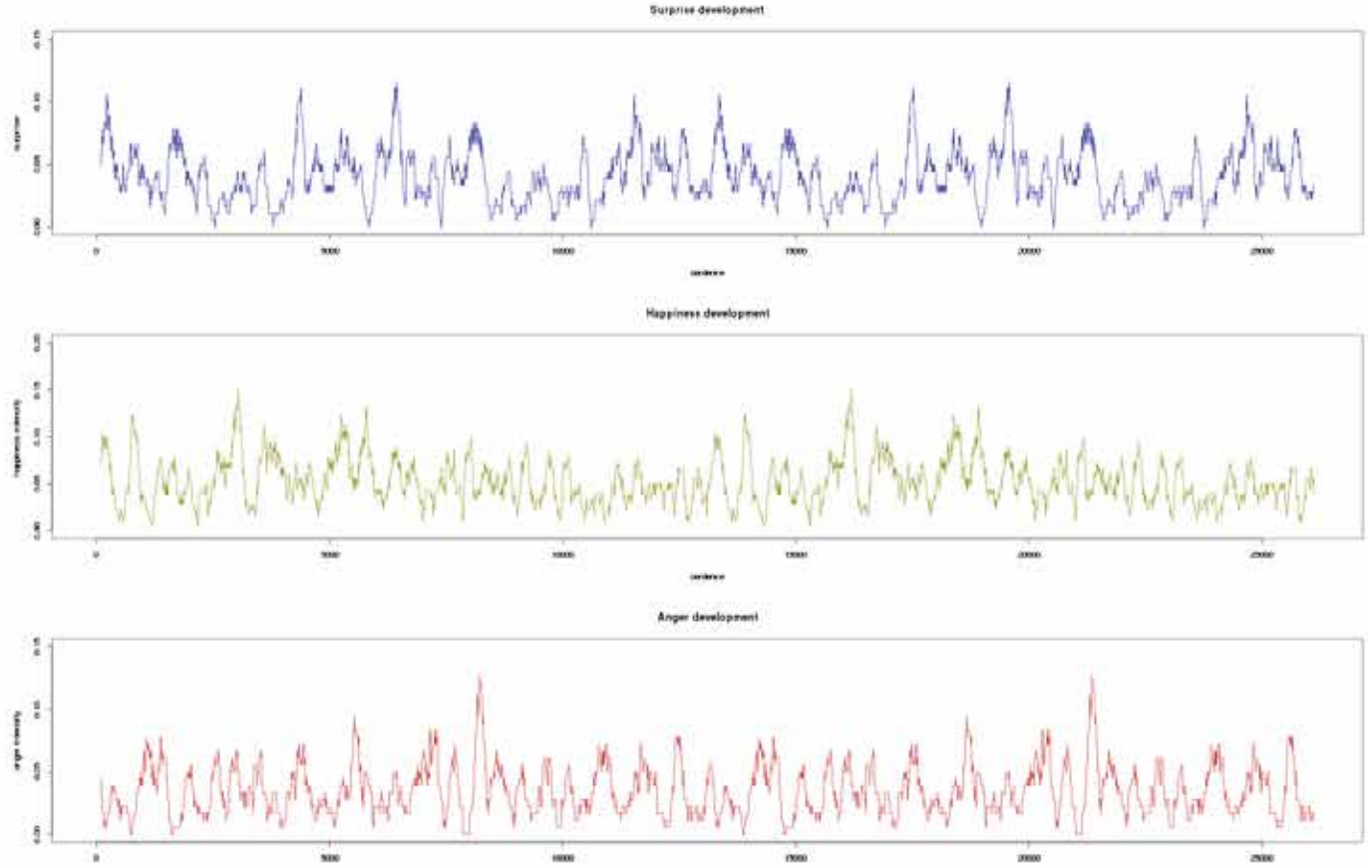
- ✓Topic en trefwoord
- ✓Leescomplexiteit
- ✓Schrijfstijl
- ✓Sentiment
- ✓Emotie

Het sentiment in het boek



Emoties in het boek





worden meegenomen in het identificeren van de sfeer en in de aanbevelingen om boeken te vergelijken op basis van de distributie van 6 menselijke emoties in het boek.

Samenvatting project ThrillSeeker

Project team 5
- Innovatie lead
- Data engineer
- Data scientist
- NLP specialist/developer.
- Data analist

Pilot Uitgevers 3
- WPG
- VBK
- Singel



4000
BOEKEN

3000
meetpunten

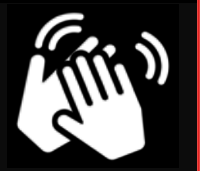
15 Redactie experts



1500
Consumenten Panel

83,4%
Spot on! Advies door consument





80%
Spot on!
door experts

7 verschillende textanalyse aloritmen, waavan **5** open source en **2** eigen in onze receptuur.

95,8%
Leesintentie

De pilot loopt nog en nieuwe uitgeverijen worden aangesloten en toegevoegd aan het aanbod.



Think outside the books

what good are computers? They can only give you answers.
Pablo Picasso, 1964

kunstmatige creativiteit

Stefan Leijnen



Oct 2019 –	Chief Technology Officer a.i. @ Van Oers Accountancy
Sep 2019 –	Professor @ Utrecht University of Applied Sciences
Jun 2019 –	Senior Advisor @ Netherlands AI Coalition
2017 – 2019	Chief Technology Officer @ War Child
2016 –	Director & Researcher @ Asimov Institute
2014	PhD Machine Learning @ Radboud University Nijmegen & publication of “Creativity and Constraint in Artificial Systems”
2011 – 2019	Associate Professor @ Amsterdam University of Applied Sciences


AT&T
11:20 AM
“ I want to see a joke. ”


AT&T
11:20 AM
“I want to see a joke. ”
Go to "privacy controls" and give access to your front camera.

robots being funny

Q: What is the difference between leaves and a car?

A: One you brush and rake, the other you rush and brake.

Q: What do you call a strange market?

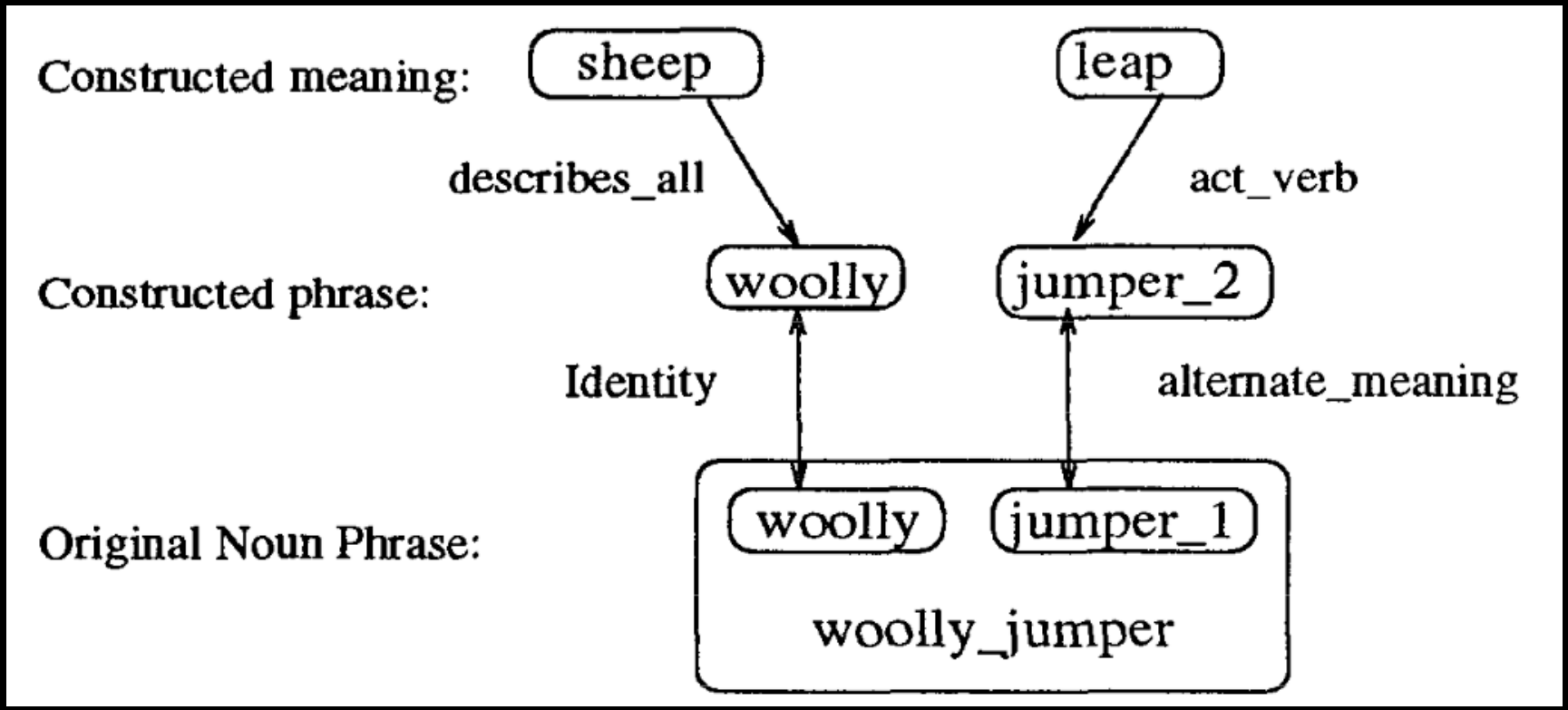
A: A bizarre bazaar.

Q: What kind of murderer has moral fibre?

A: A cereal killer.

Binsted, K., and Ritchie, G. (1994) An implemented model of punning riddles. In AAAI 6(7), pp. 633–638.

robots being funny



Binsted, K., and Ritchie, G. (1994) An implemented model of punning riddles. In AAAI 6(7), pp. 633–638.

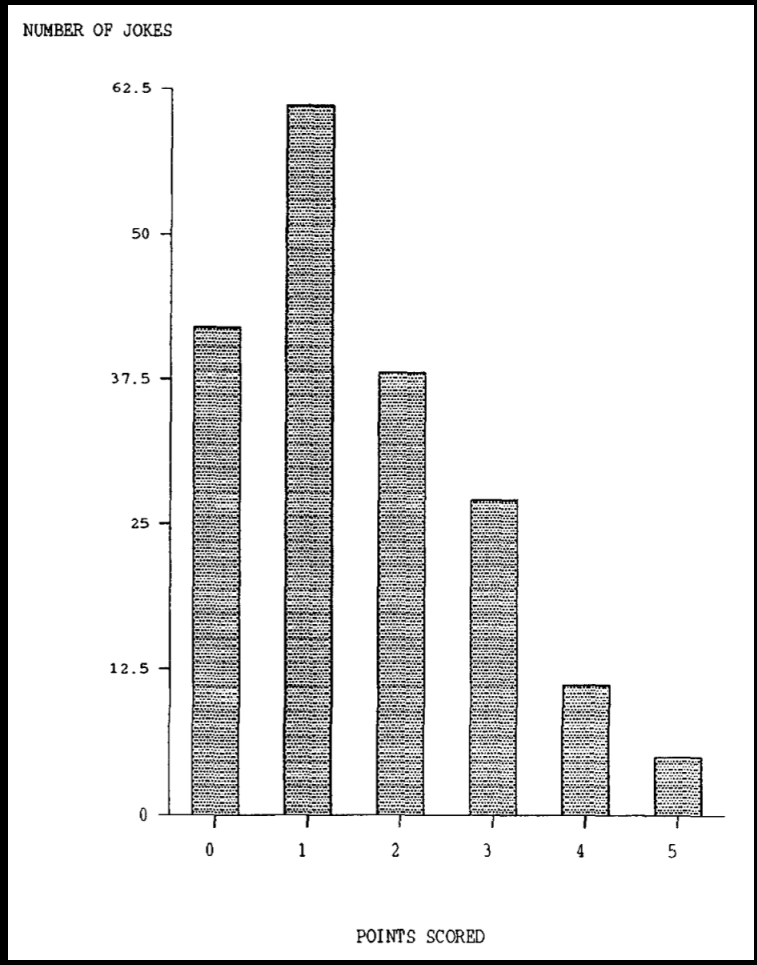
robots being funny

188 puns ranked by test subjects…

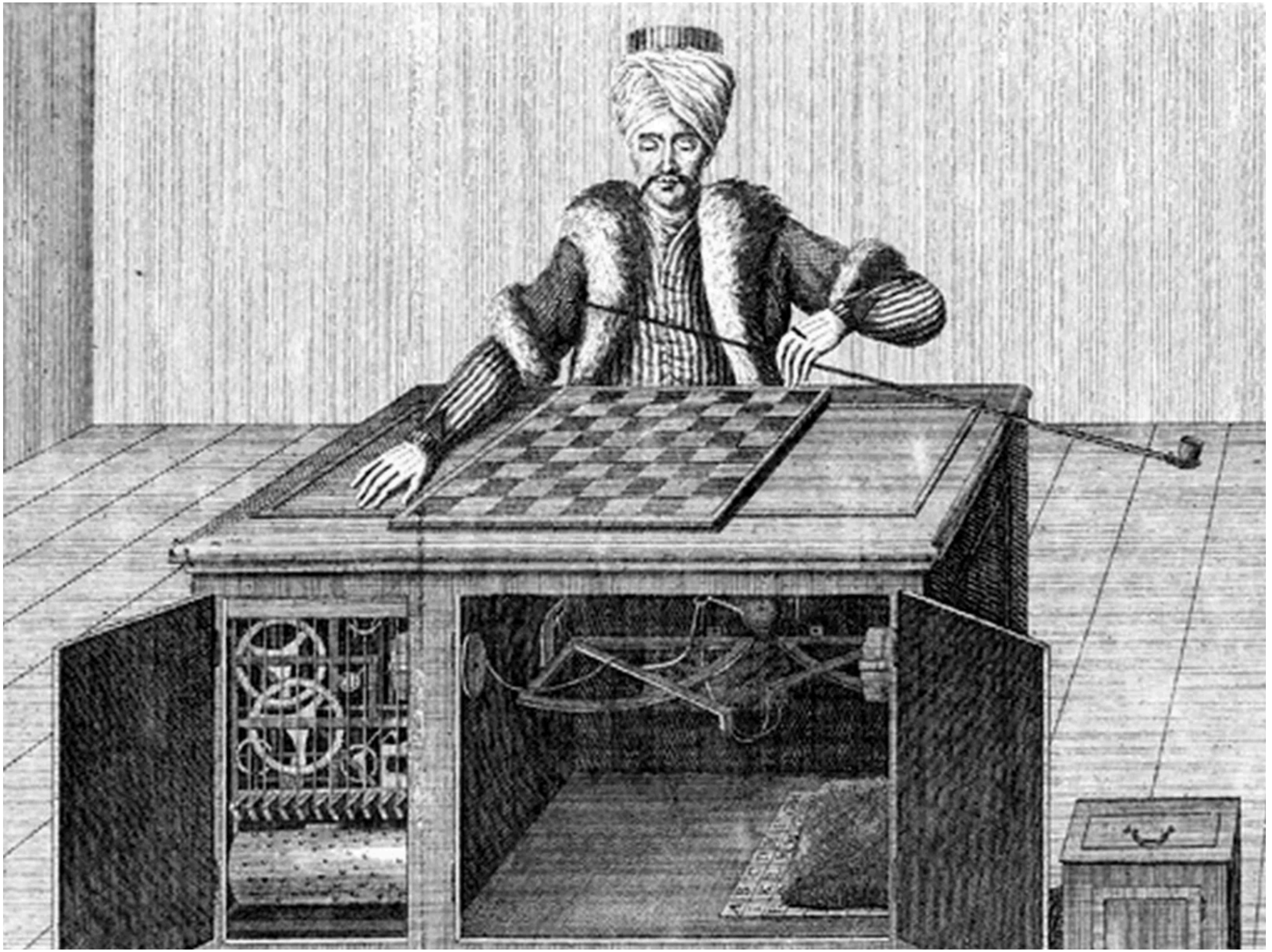
… after which best puns are selected by authors...

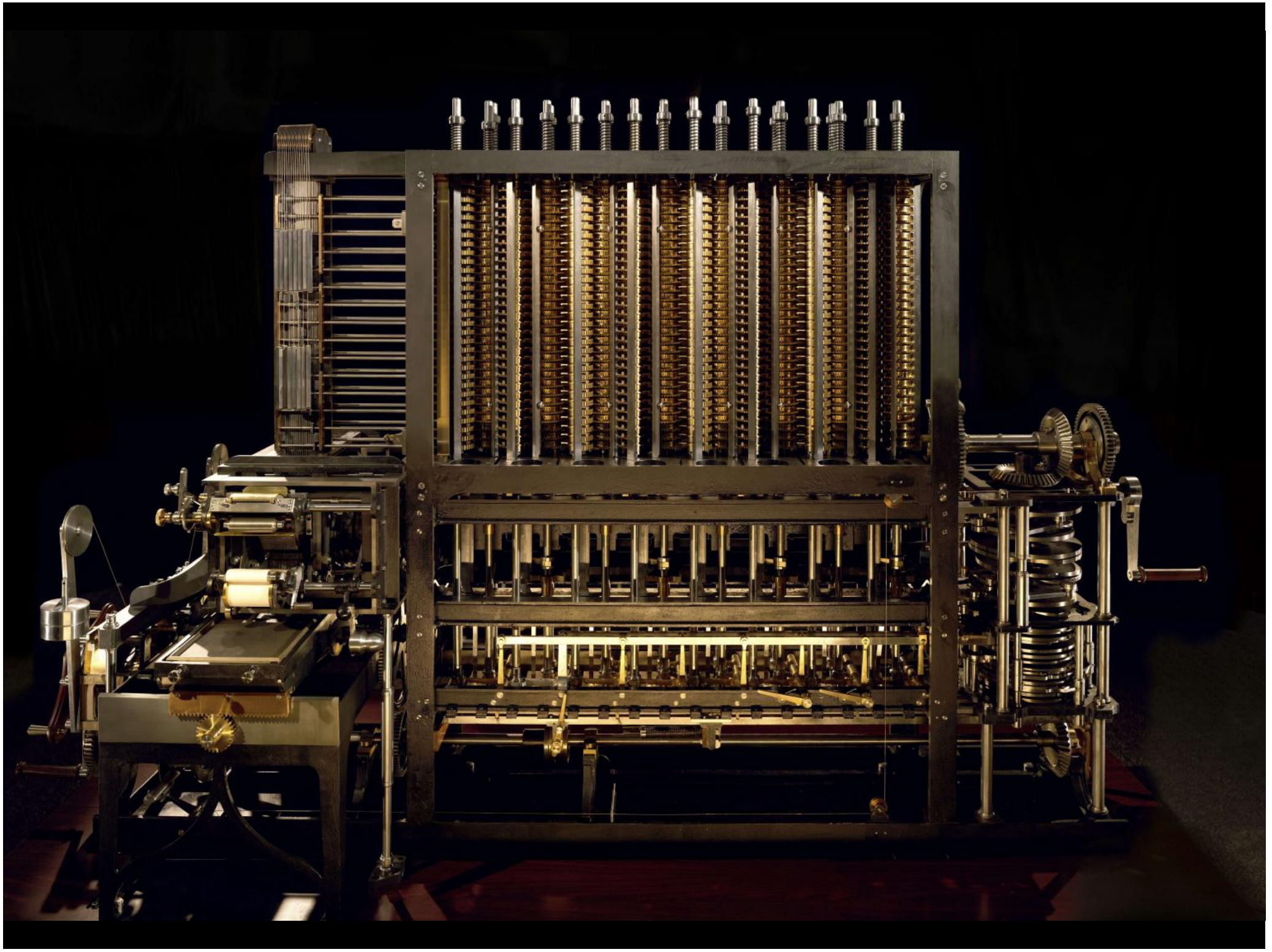
... of which I selected the best three puns

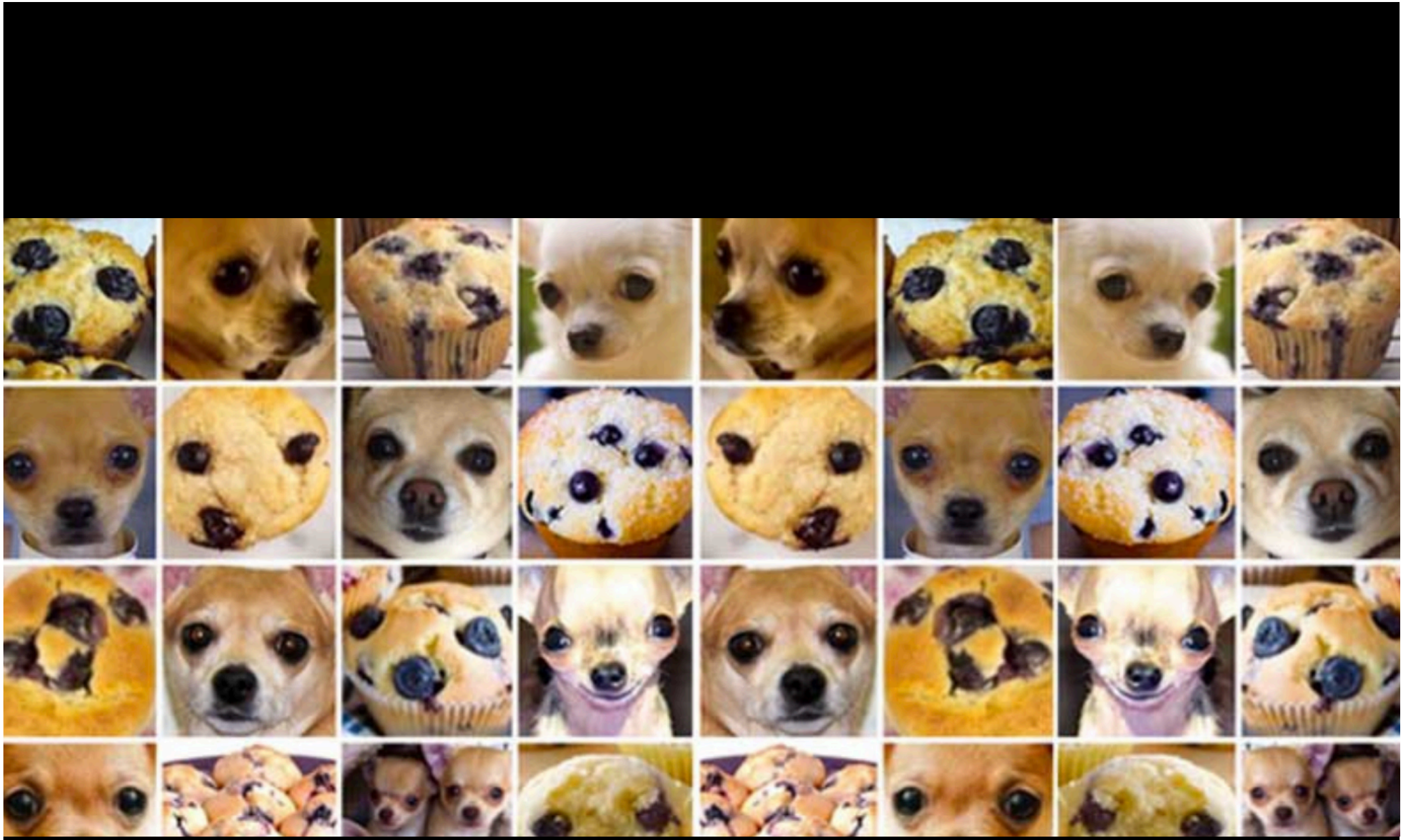
The joke is on us



Binsted, K., and Ritchie, G. (1994) An implemented model of punning riddles. In AAAI 6(7), pp. 633–638.

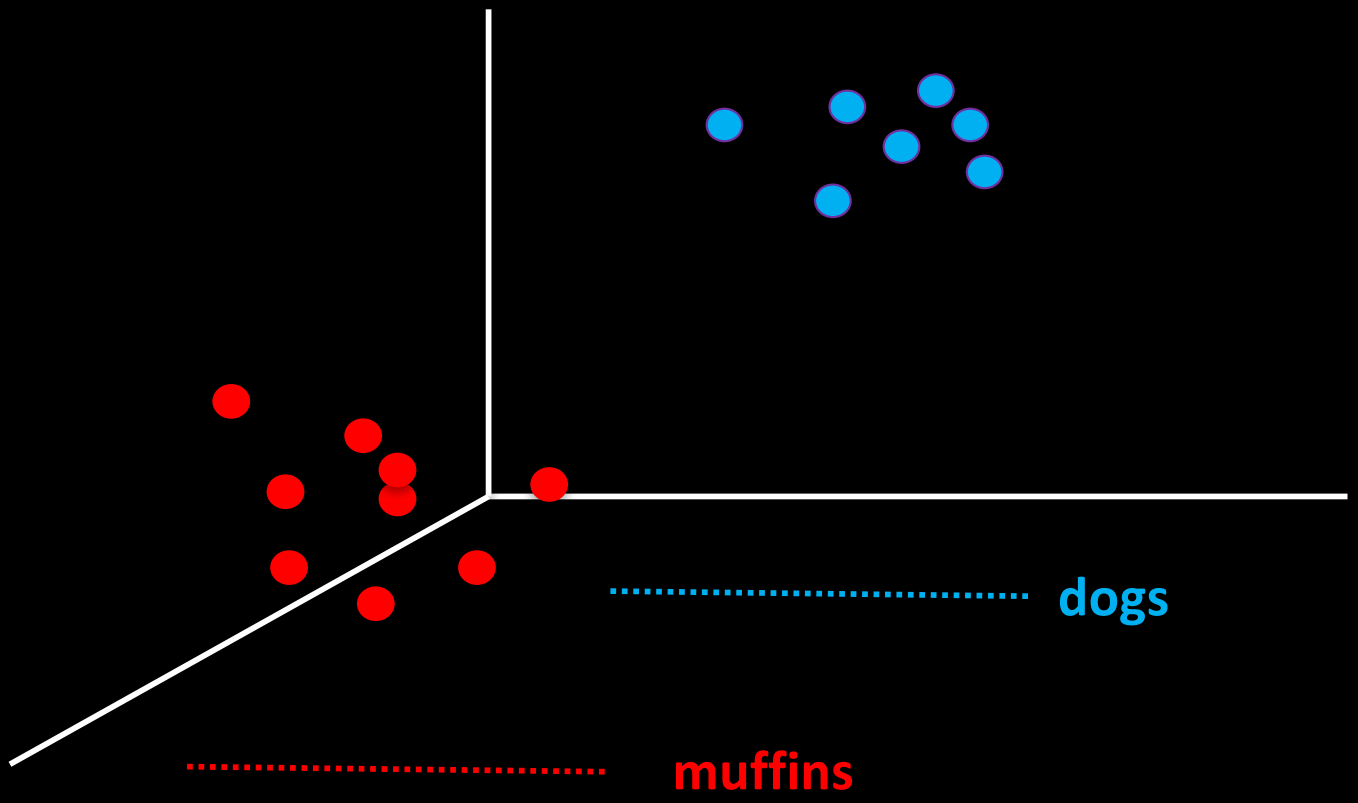






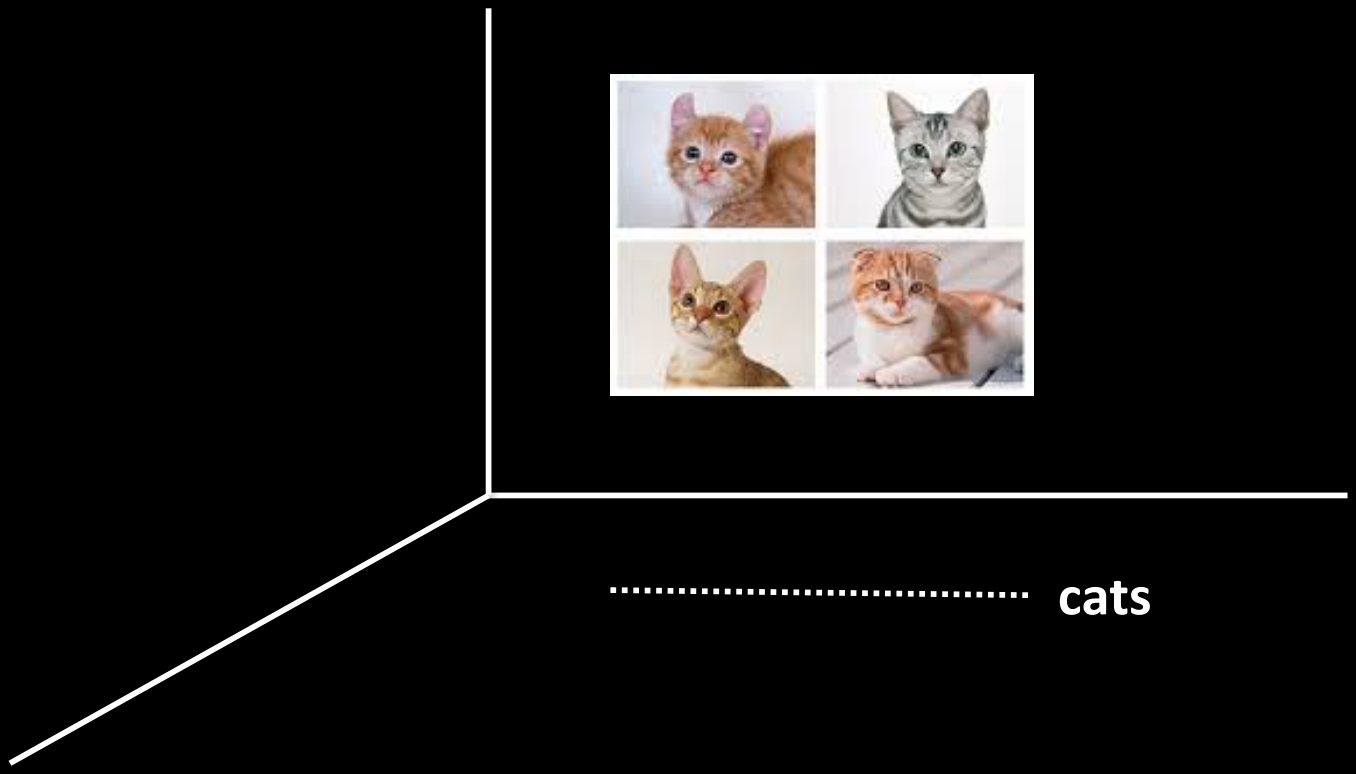
latent space

Neural networks cluster observed data in latent space, where similar points are close together



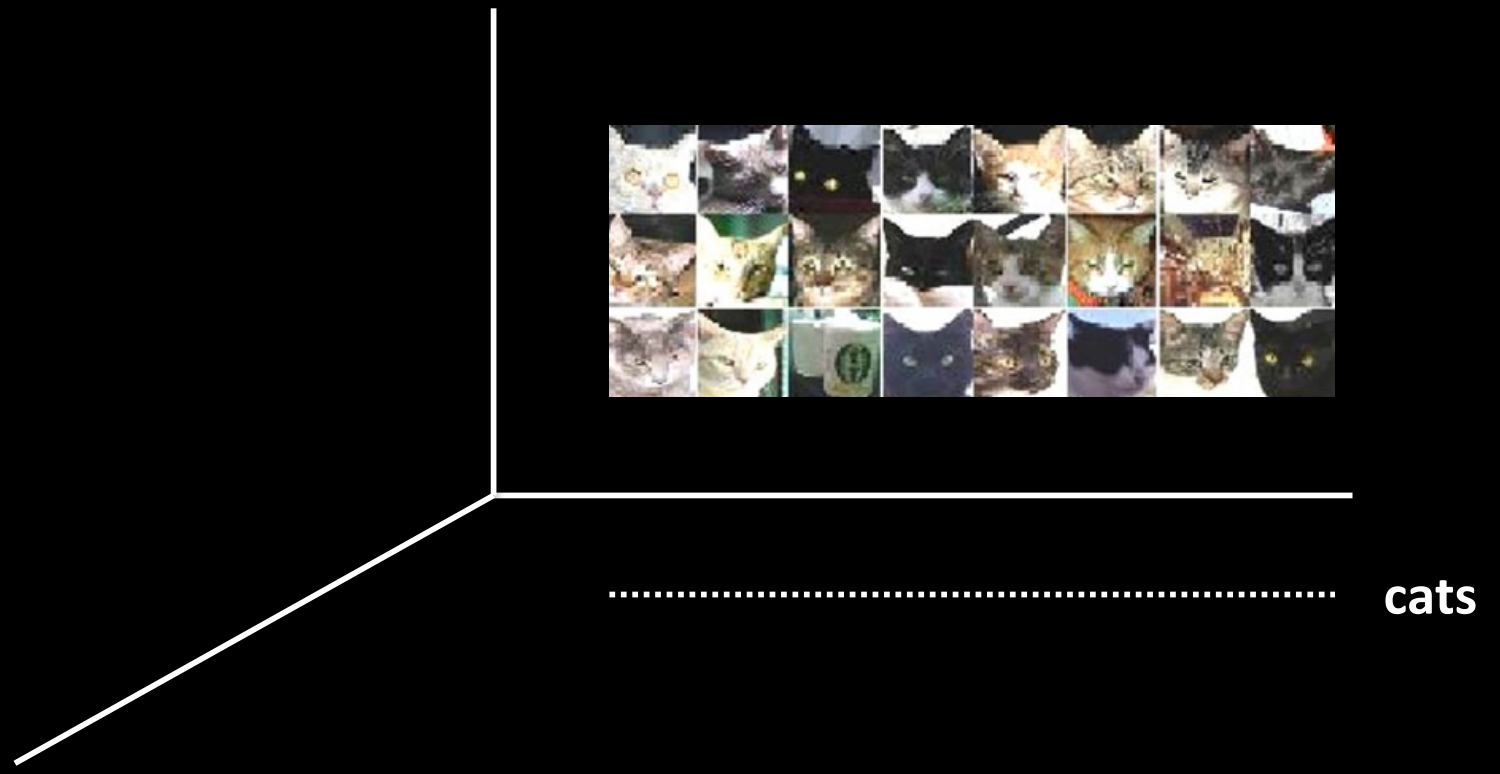
latent space

Neural networks cluster observed data in latent space, where similar points are close together



explorations in latent space

Generative neural network can sample new images from latent space











THE ASIMOV INSTITUTE
Augmenting Fashion Design (2017)



Amber Jae Slooten

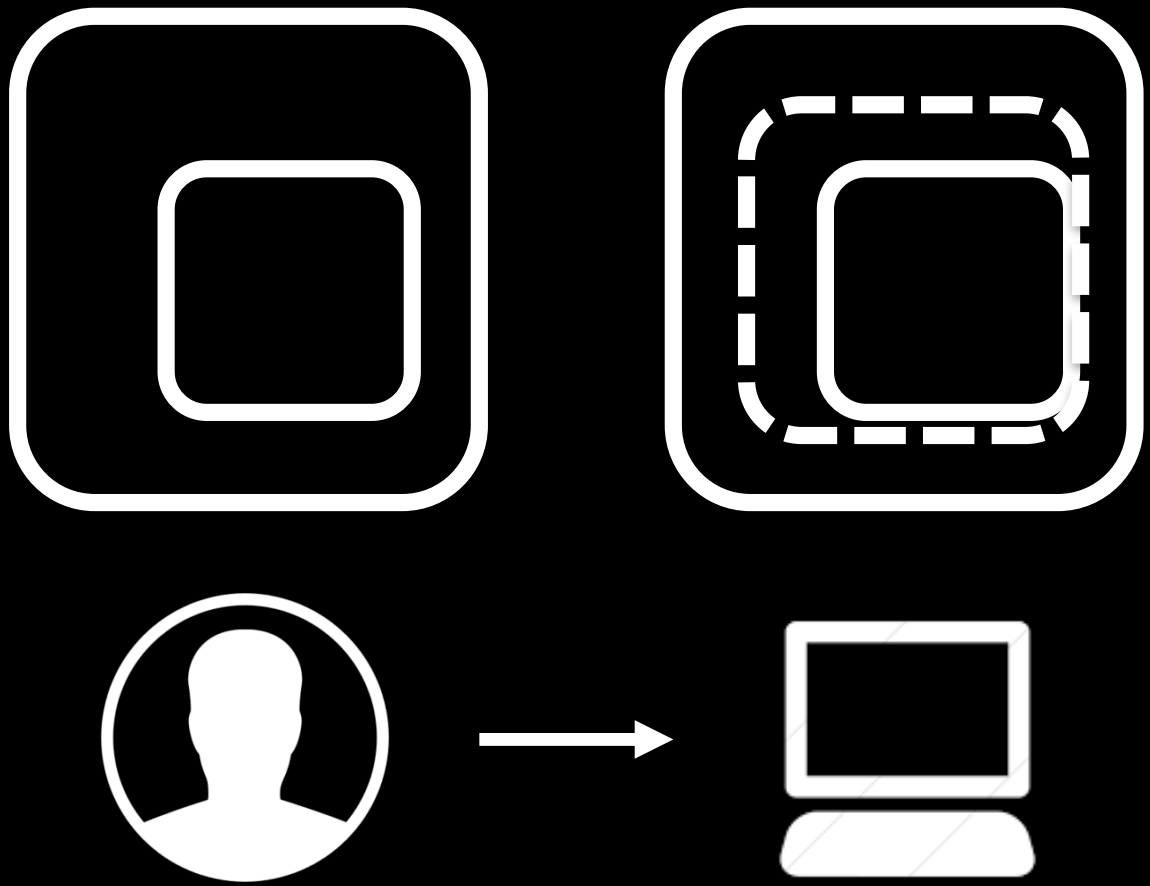


Fjodor van Veen



Stefan Leijnen

Computational Inspiration



Augmenting Fashion Design






Dataset:~500 RGB 260x260 pre-processed images

Deep Convolutional Generative Adversarial Network (DCGAN)

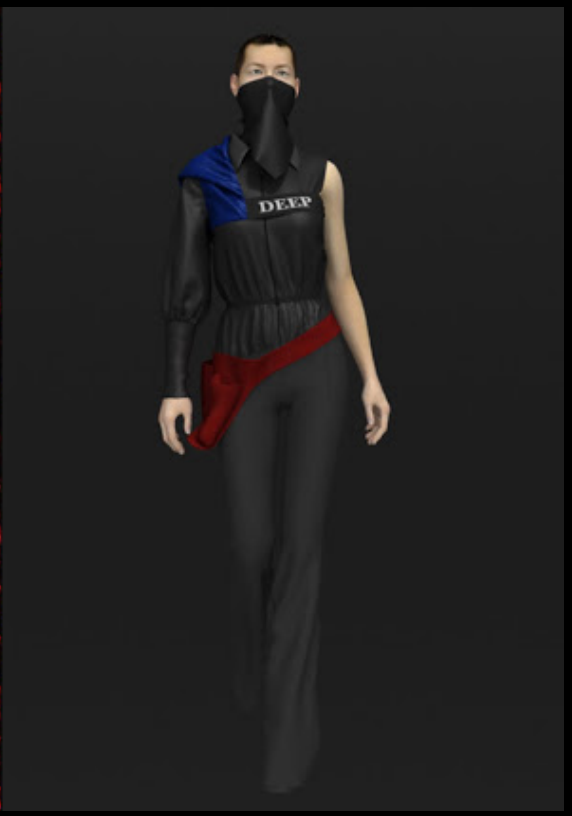
Trained for ~20 hours on a single Nvidia GPU processor



Augmenting Fashion Design



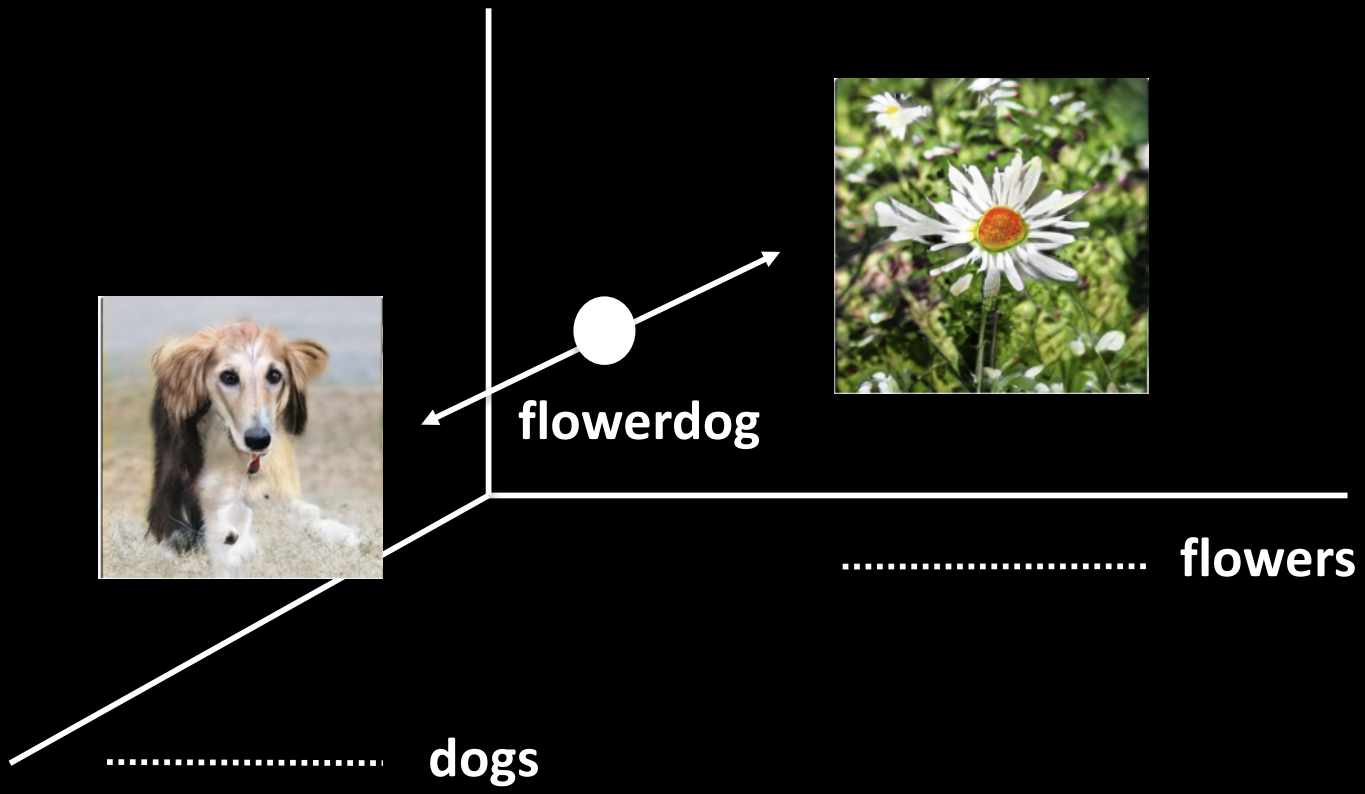




Explorations in Latent Space

Representations are numerical vectors so can be averaged





average(dog,flower)



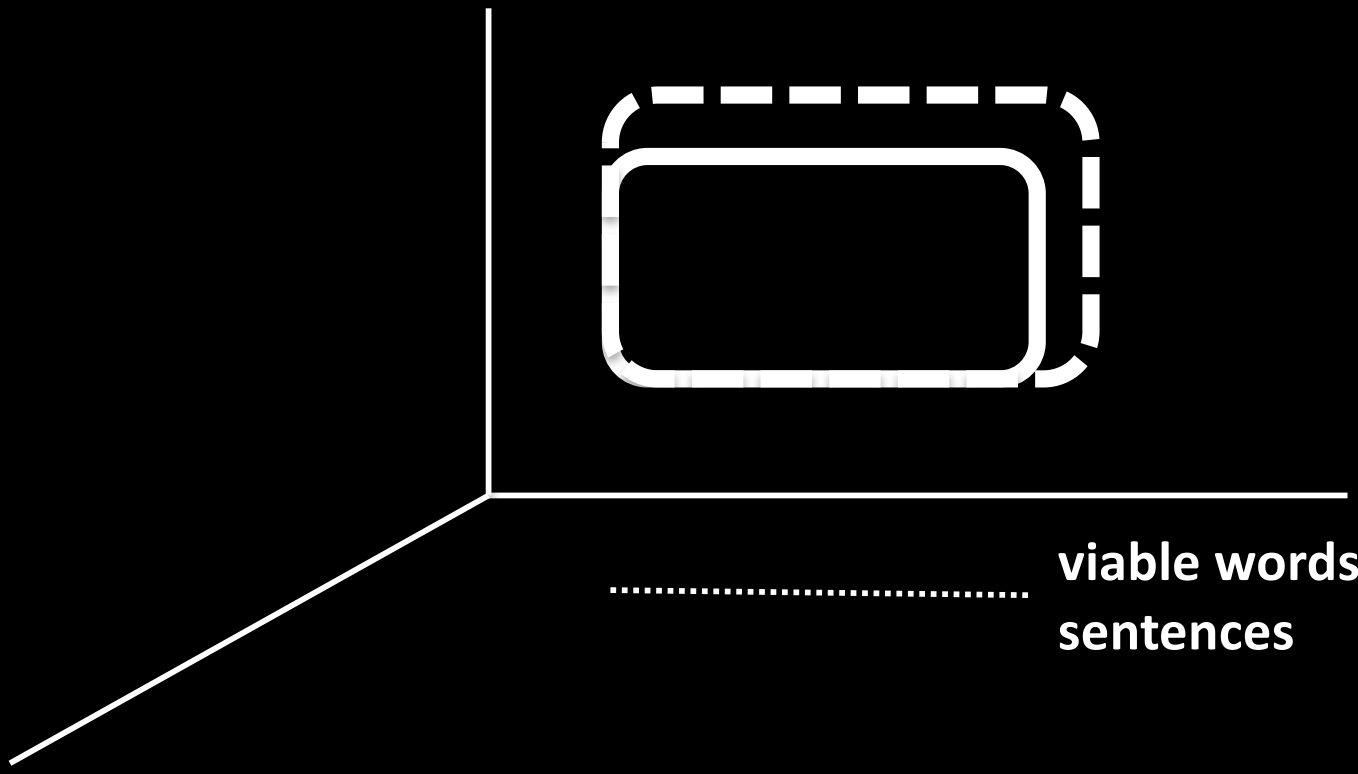
average(dog,geyser)



average(dog,cappucino)

inspirations in latent space

Neural networks sampling from and explorin new textual content



ROSALIND

O Jupiter, how weary are my spirits!

TOUCHSTONE

I care not for my spirits, if my legs were not weary.

ROSALIND

I could find in my heart to disgrace my man's apparel and to cry like a woman; but I must comfort the weaker vessel, as doublet and hose ought to show itself courageous to petticoat: therefore courage, good Aliena!

CELIA

I pray you, bear with me; I cannot go no further.

TOUCHSTONE

For my part, I had rather bear with you than bear you; yet I should bear no cross if I did bear you, for I think you have no money in your purse.

PANDARUS:
Alas, I think he shall be come approached and the day
When little srain would be attain'd into being never fed,
And who is but a chain and subjects of his death,
I should not sleep.

Second Senator:
They are away this miseries, produced upon my soul,
Breaking and strongly should be buried, when I perish
The earth and thoughts of many states.

DUKE VINCENTIO:
Well, your wit is in the care of side and that.

Second Lord:
They would be ruled after this chamber, and
my fair nues begun out of the fact, to be conveyed,
Whose noble souls I'll have the heart of the wars.

Clown:
Come, sir, I will make did behold your worship.

VIOLA:
I'll drink it.

journalism

Examples of machine-generated articles from The Associated Press:

TYSONS CORNER, Va. (AP) — MicroStrategy Inc. (MSTR) on Tuesday reported fourth-quarter net income of $3.3 million, after reporting a loss in the same period a year earlier.

MANCHESTER, N.H. (AP) — Jonathan Davis hit for the cycle, as the New Hampshire Fisher Cats topped the Portland Sea Dogs 10-3 on Tuesday.

Australian political parties declared donations worth $16.7m in the 2017-18 financial year, according to the latest figures from the Australian Electoral Commission.

This amount is lower than usual, with donations averaging $25.2m a year over the past 11 years.

The largest donation overall, $2.3m, was made by Vapold Pty Ltd to the Liberal party.

The party with the most donations was the Liberal party, which declared $7.6m, followed by the Labor party with $7.1m.

The Labor party also declared $33.2m in "other receipts", which includes money received from investments, but also includes money from party fundraisers where people pay for event tickets in lieu of donations.

This story was generated by ReporterMate, an experimental automated news reporting system. You can report errors or bugs to nick.evershed@theguardian.com

Giphart en Asibot (2017)



SYSTEM PROMPT (HUMAN-WRITTEN)

In a shocking finding, scientist discovered a herd of unicorns living in a remote, previously unexplored valley, in the Andes Mountains. Even more surprising to the researchers was the fact that the unicorns spoke perfect English.

MODEL COMPLETION (MACHINE-WRITTEN, 10 TRIES)

The scientist named the population, after their distinctive horn, Ovid's Unicorn. These four-horned, silver-white unicorns were previously unknown to science.

Now, after almost two centuries, the mystery of what sparked this odd phenomenon is finally solved.

Dr. Jorge Pérez, an evolutionary biologist from the University of La Paz, and several companions, were exploring the Andes Mountains when they found a small valley, with no other animals or humans. Pérez noticed that the valley had what appeared to be a natural fountain, surrounded by two peaks of rock and silver snow.

Pérez and the others then ventured further into the valley. "By the time we reached the top of one peak, the water looked blue, with some crystals on top," said Pérez.

Pérez and his friends were astonished to see the unicorn herd. These creatures could be seen from the air without having to move too much to see them – they were so close they could touch their horns.

While examining these bizarre creatures the scientists discovered that the creatures also spoke some fairly regular English. Pérez stated, "We can see, for example, that they have a common 'language,' something like a dialect or dialectic."

take home message

Statistische benadering van huidige generatie AI systemen werkt op basis van syntax, m.a.w. de informatie die aanwezig is in de data zelf

Semantiek wordt genegeerd voor het genereren van textuele content

Door deze benadering zijn de mogelijkheden van AI voor het creeren van tekstuele contentin principe beperkter dan voor visuele content

Meer rekenkracht en data, betere algoritmen of koppeling met andere semantische methoden kan hier verandering in brengen

De toekomst van voorspellende machines laat zich moeilijk voorspellen



THE ASIMOV INSTITUTE

Stefan Leijnen
Oprichter Asimov Institute
Lector Intelligent Data Systems, Hogeschool Utrecht