

IBM test platform om data-driven te publiceren

24-04-2017 09:10

Het tech-bedrijf IBM heeft een content-platform ontwikkelt om de meerwaarde van Watson, een data-driven contentaggregator, aan te tonen: artikelen op basis van leesgedrag en interesses.

Om de technologie te testen heeft IBM een eigen content-platform opgezet rondom marketing: THINK Marketing. De content voor het platform wordt zowel door IBM zelf gemaakt als overgenomen van andere partijen. Watson zorgt voor gepersonaliseerde content op dit platform op basis van analyses van leesgedrag en interesses. Volgens Chief Digitale Officer Bob Lord van IBM moet Watson in staat zijn trends in data te herkennen en die te koppelen aan contextuele relevante content.

IBM gebruikt het platform ook om inzicht te krijgen in de eigen doelgroep en te communiceren met klanten en potentiële klanten.

[Lees meer over Watson bij Emerce](#)