Faraday
CONCLUSION

Pensioen3Daagse

Synthetic User: *de persona die terugpraat*

Introductie

Wij maken complexe klantreizen toegankelijk én aantrekkelijk



Faraday Conclusion

Digitale oplossingen die aansluiten bij de waarden van onze klanten en behoeften van hun gebruikers.

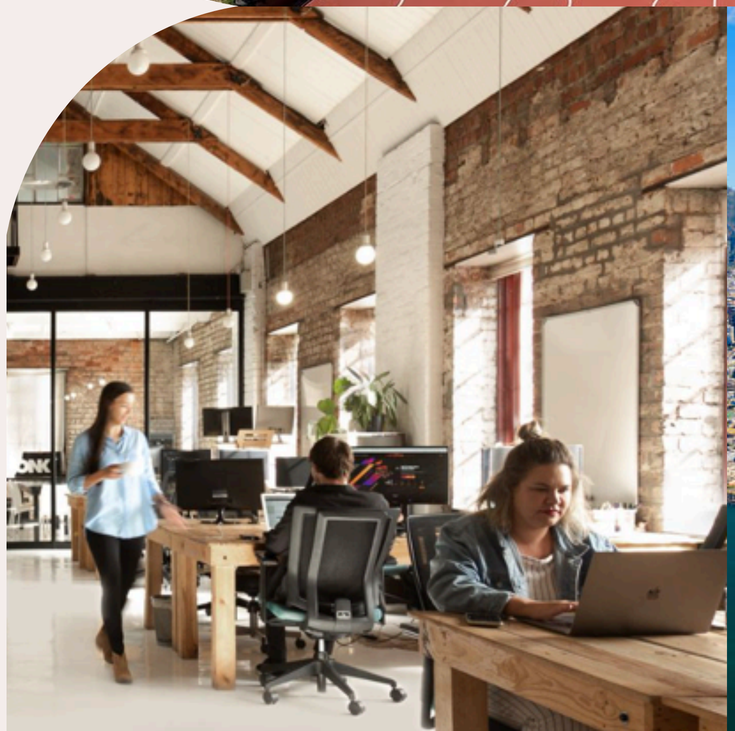
Flexibel en ervaren team

Bewegen als een start-up, maar dan eentje met 15 jaar ervaring (en een sterk netwerk). Met locaties in Amsterdam en Kaapstad.

25+ professionals

Alles wat je nodig hebt, voor een succesvol project, onder één dak. Van Strategie en Branding tot UX en Development.

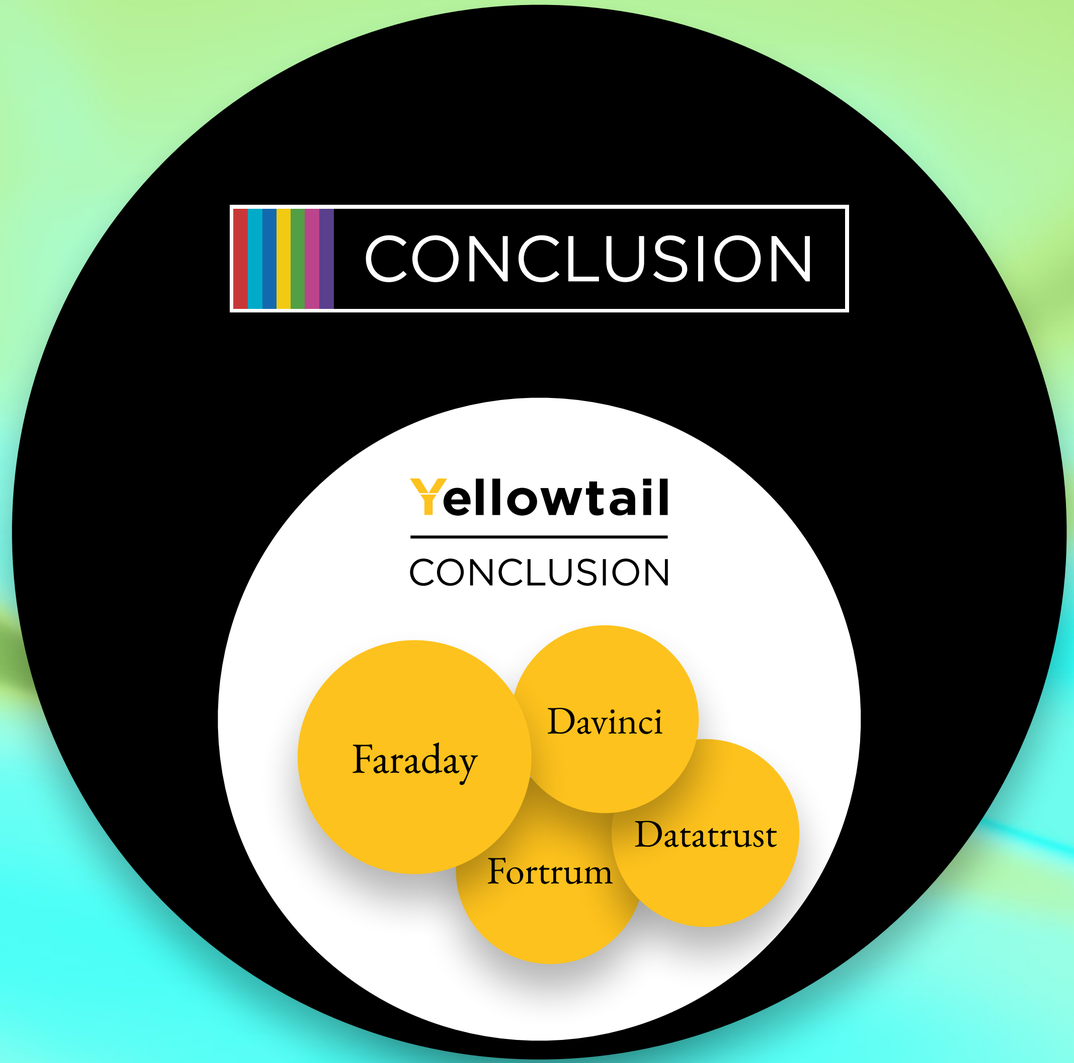






Ecosysteem

Naast Amsterdam en Kaapstad nemen we nog een andere plek in.



Sectoren

We hebben een focus op Finance, Healthcare en B2B services. Daar passen we graag inspirerende inzichten uit andere sectoren toe.

Inspirerende mix

We streven ernaar om te werken voor organisaties die een grote impact hebben op het leven van eindgebruikers.

Met een groot aantal verschillende doelgroepen (van oud tot jong, van zakelijk tot particulier).

Vaak met veranderende regelgeving en complexe diensten of producten voor eindgebruikers.





















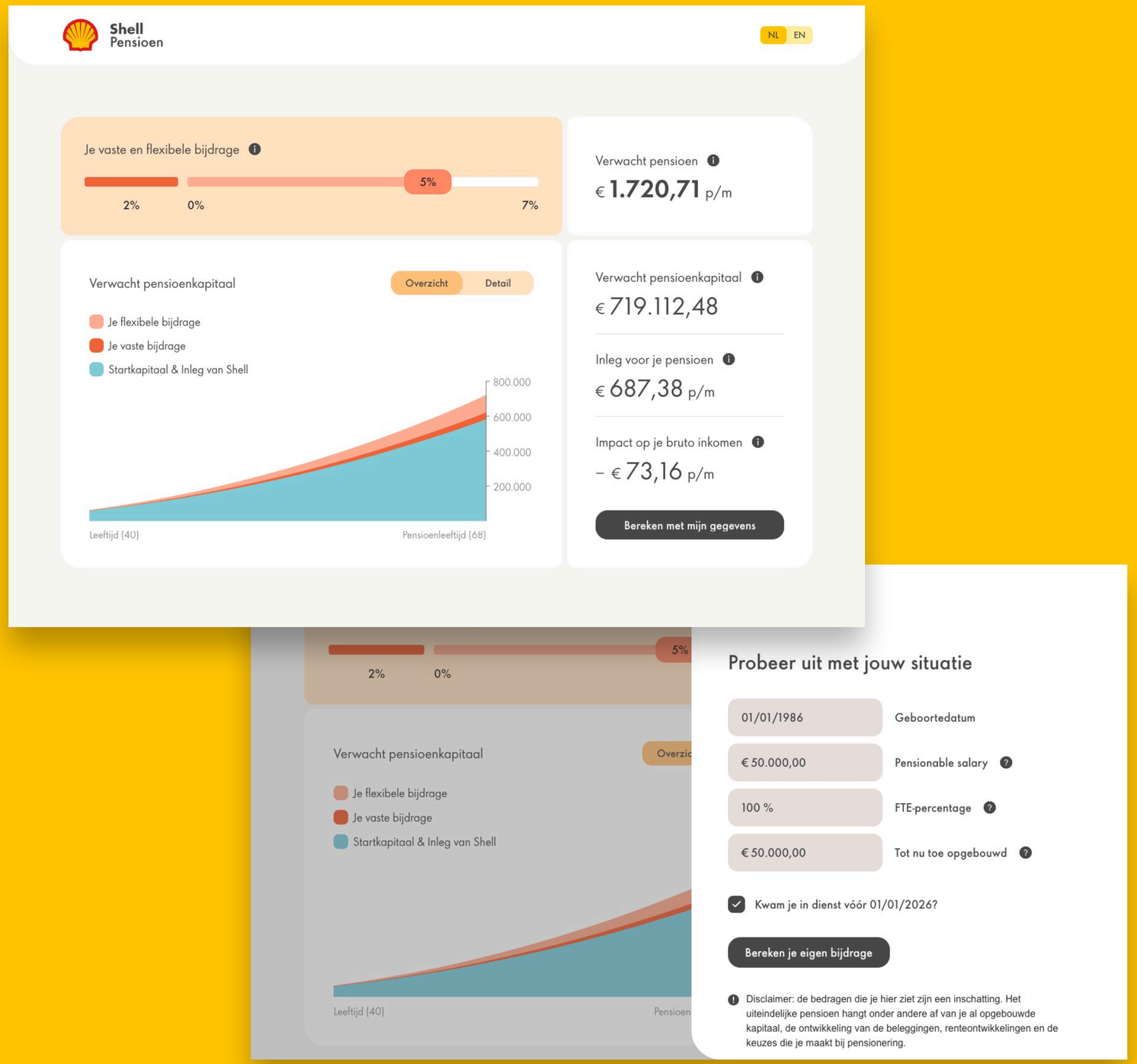

Pensioen Pro 2026

Shell Pensioen

Specifiek voor de Eigen Bijdrage Tool die we ontwikkeld hebben.

VOLGENS DE JURY

"Waar communicatie rondom de WTP vaak draait om informeren, kiest het fonds nadrukkelijk voor een aanpak gericht op zowel begrijpen als handelen – met zichtbare resultaten."



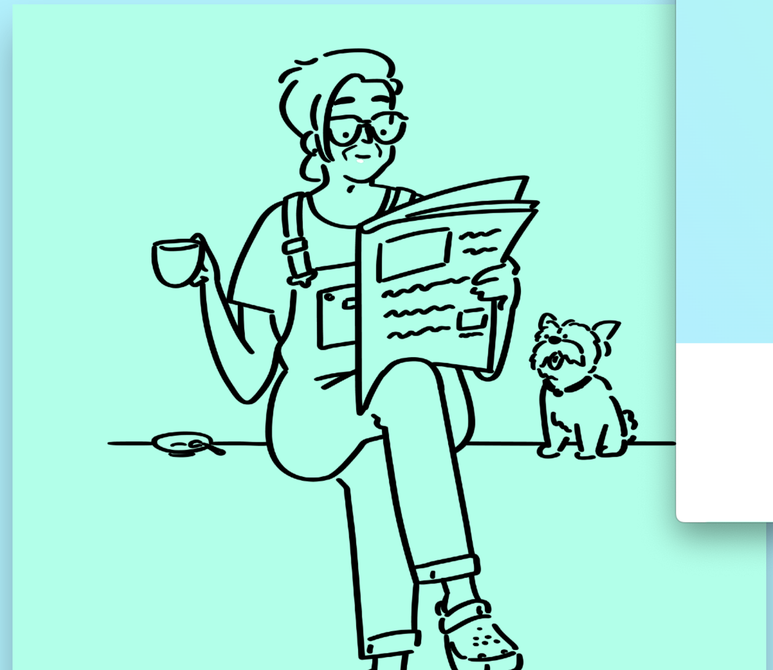
Red Dot 2026

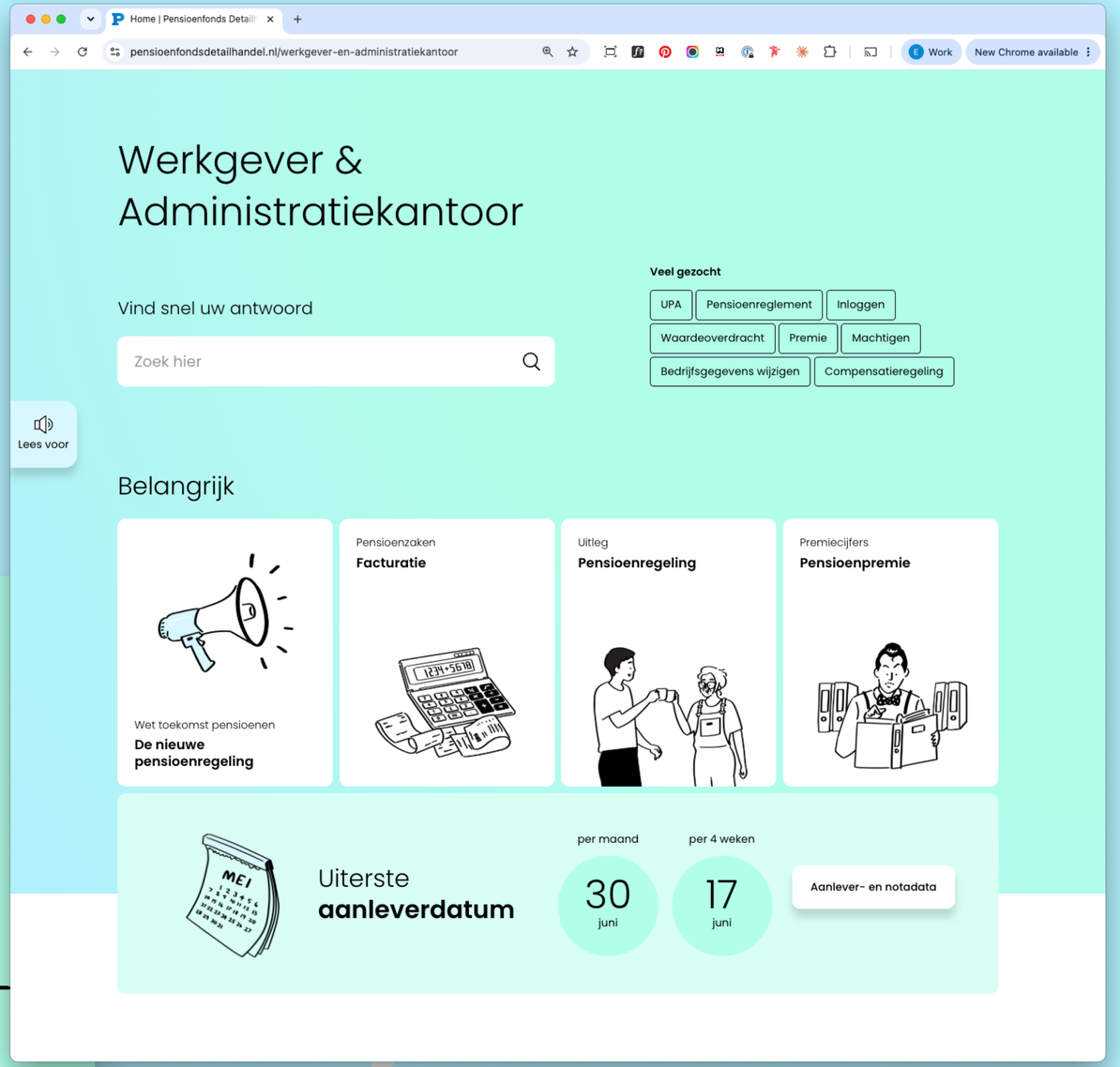
Pensioenfonds Detailhandel

Voor het ontwerp van zowel de website en portal van het fonds.

VOLGENS DE JURY

We zien een sterke balans tussen esthetiek & functie, een hoge helderheid én emotionele resonantie met het publiek.





Interactie

Users staan bij ons áltijd centraal



Maar... Users zijn een ‘schaars’ goed

Het liefste zouden we 24/7 een groep relevante users op de bank hebben zitten.

Alleen zijn er 1000 redenen waarom dat niet realistisch is. Van logistiek en tijd, tot privacy en prikkelbaarheid.



Vraag voor de zaal

Herkennen jullie dat? Of valt het wel mee...



Vraag voor de zaal

Waar lopen jullie zelf tegenaan, als het gaat om werken met deelnemers?



Synthetic Users

Dit is waar Synthetic Users om de hoek komen kijken



Wat is een Synthetisch User ofwel Synthetic?

Digitaal AI-gesimuleerde versie van je gebruikers, gebouwd op echte gebruikersdata.

- Reageren/ handelen alsof ze je échte gebruikers zijn
- Bedrijven die ze als service aanbieden
- Zelf te bouwen in een LLM (Claude, ChatGPT)



Crash test dummy

Laat (net als een Synthetic) zien waar gevaarlijke ontwerpfouten zich bevinden, voordat er een echt mens gebruik van het product maakt.

Eén gemiddelde is niemand

Decennialang werden auto’s getest met één dummy: de gemiddelde man uit de jaren zeventig. Pas echte ongelukken lieten zien dat vrouwen 73% meer kans hadden op ernstig letsel. Het herstel duurde vijftig jaar.

Dat voorkomen wij

Meerdere archetypes in plaats van één gemiddelde, gebouwd op data van de echte doelgroep, bijgestuurd zodra we iets leren en altijd getoetst bij echte mensen voordat iets live gaat.



Waar Synthetics leveren

Synthetics zijn fijne teamgenoten, mits je ze de juiste klus geeft. Net als een crash-test dummy kun je ze inzetten in de fase waarin je nog fouten mag maken.

Voorbeelden:

- Hypotheses genereren die je met echte mensen valideert;
- Vroege ideevorming, divergentie en verkenning;
- Gedachten en ideeën uitdagen voordat je verdergaat;
- Schetsen toetsen op inconsistenties & best practices.



Persona vs Archetype

Persona = doelgroepsegmentatie
o.b.v. demografieën
Wie is deze persoon?

Archetype = doelgroepsegementatie
o.b.v. drijfveren, gedrag en houding
Hoe staat deze persoon ergens in?
-> Deze kun je zelf maken
–> Input voor Synthetics



Persona



Koning Charles III

- Man
- 1948
- Verenigd Koninkrijk
- 2x getrouwd
- Woont in een kasteel
- Rijk & beroemd



Ozzy Osbourne

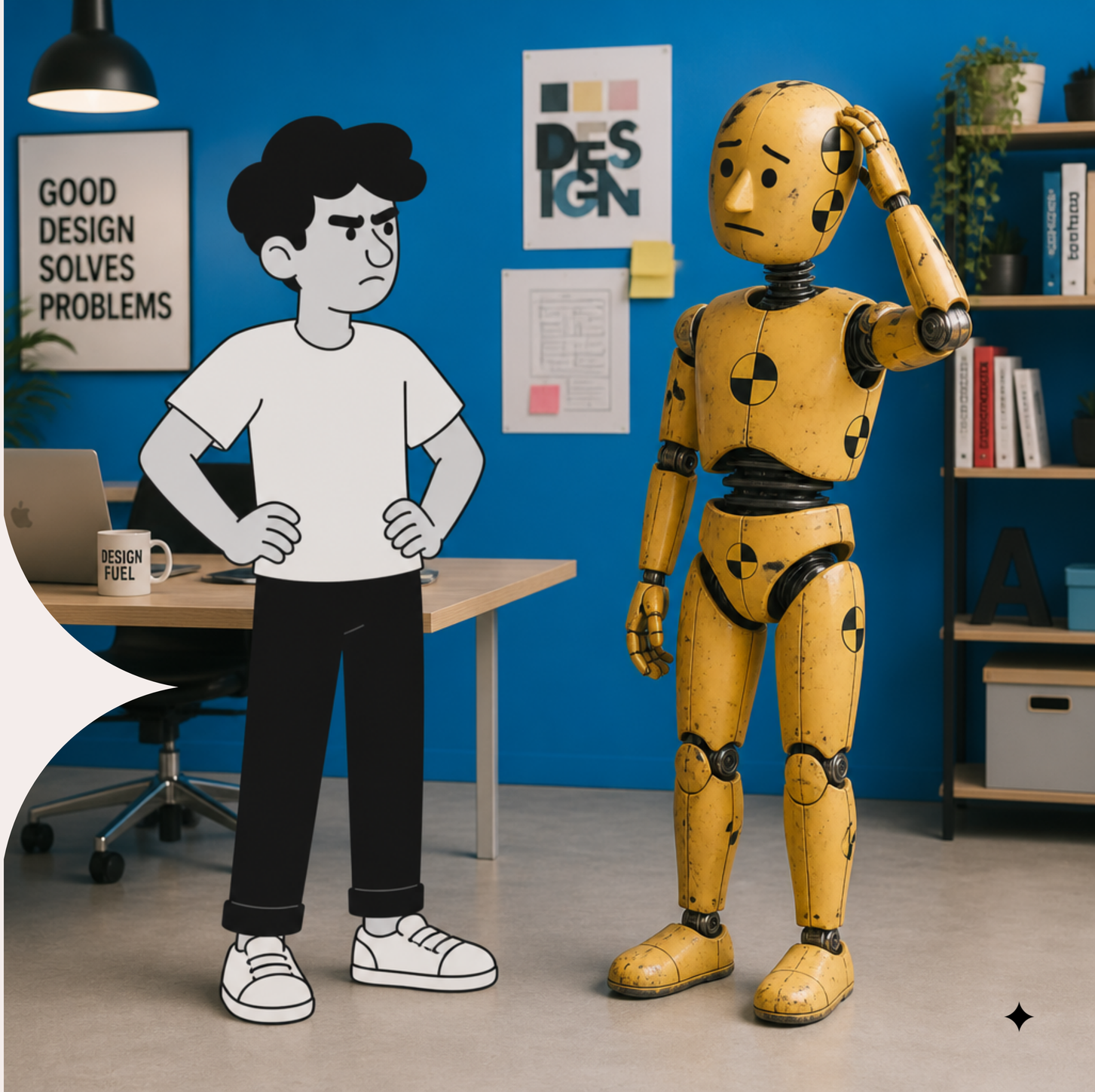
- Man
- 1948
- Verenigd Koninkrijk
- 2x getrouwd
- Woont in een kasteel
- Rijk & beroemd

Archetype



Gewoon prompten of via een archetype?

Een gewone prompt laat het model zichzelf spelen in een rol, een archetype-prompt dwingt het zich te gedragen als een echte deelnemer.



Stap 1/7
Data verzamelen

Wat je al weet, en wat nog niet

1. **Inventariseer**
Breng in kaart wat je al weet uit huidige data, analytics en interviews.

2. Analyseer
Herken patronen zoals levensfase, kennis, kunde, wensen en acties.

3. Cluster groepen
Voeg deelnemers met vergelijkbare scores samen, zoals uitstellers, planners en bellers.



Stap 2/7
Archetypes maken

Breng ieder archetype tot leven door deze een gezicht te geven.

Geef hem een naam en een duidelijk label, vertel over zijn of haar motivaties en barrières, toon quote uit echte uitspraken.

Geef het archetype een afbeelding, Met passende gezichtsuitdrukking en lichaamshouding. Bij voorkeur een illustratie om stereotypen te voorkomen.

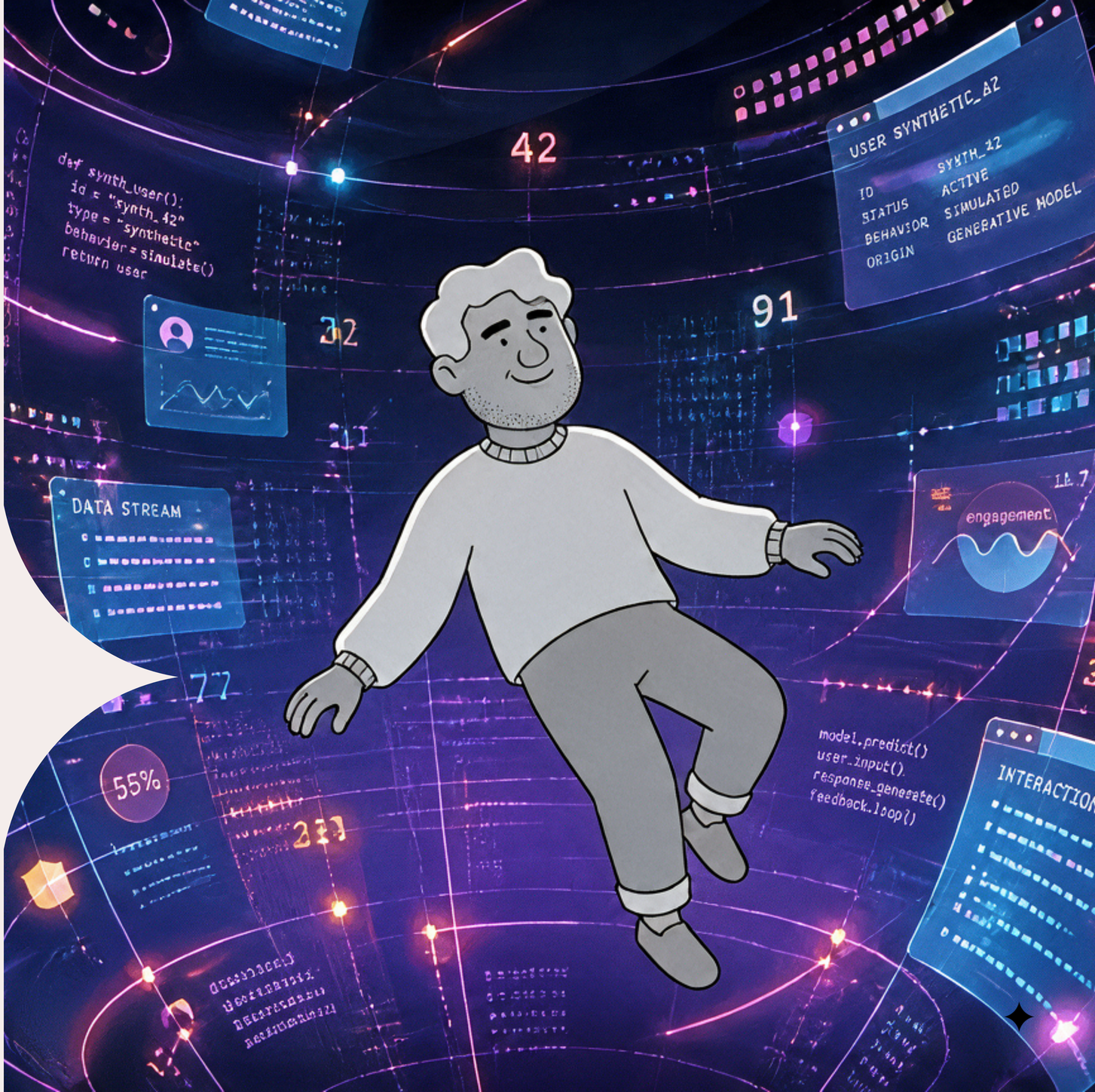


Stap 3/7
Het bouwen

De Synthetic is de interface
tot de bestaande kennis.

Wat gaat erin?
Archetype met geanonimiseerde, echte uitspraken en gedragsregels.

Wat komt eruit?
Data bevragen in gesprek, bepaalde scenario's laten doorlopen, gedrag wordt per archetype zichtbaar.



Stap 4/7
Guardrails plaatsen

Een Synthetic mag niet alles zeggen

Een goede synthetic baseert zijn antwoorden op echte data, gedraagt zich zoals het archetype, praat als een deelnemer.

We controleren steeds of hij niet meer weet dan hij kán weten, door valkuilen in te bouwen.



Stap 5/7
Validatie inbouwen

Hoe weet je of hij klopt?

Je controleert een synthetic op de gebruikte bronnen, eerlijke antwoorden, consistentie in strekking, onderscheid tussen archetypes en overeenkomst met echte deelnemers.

Hij vult onderzoek aan, maar vervangt de echte deelnemer nooit.



Stap 6/7
Sessie runnen

De Synthetic aan het werk

Geef elk archetype dezelfde taak in een concreet scenario, één taak per sessie, en vergelijk waar wie afhaakt en waarom.



Stap 7/7
Blijven schaven!

Een Synthetic is nooit af

Faalt een check, zoek dan of het aan de data, het archetype of de prompt ligt, pas dat aan, test opnieuw.

Houd de Synthetic actueel met nieuwe input.



Wat heb je straks, na deze 7 stappen?

Hiernaast zie je Willem! Hij is een van de Synthetics die we hebben gemaakt voor Shell pensioen.

Let op! Willem is nog een experiment én natuurlijk is hij een ‘levend’ document.

Willem | 72

De Betrokken Veteraan

PENSIOEN



Willems Bio

Willem is een gepensioneerde Shell-medewerker met een lange en loyale loopbaan. Hij is financieel comfortabel, goed geïnformeerd en sterk betrokken bij pensioenontwikkelingen.

Hij ziet pensioen als een recht dat beschermd moet worden en voelt zich verantwoordelijk om kritisch mee te kijken en op te komen voor zijn generatie. Transparantie en eerlijkheid zijn voor hem essentieel om vertrouwen te behouden.

Archetype

Zorgvuldige controller

Zekerheidszoeker

Willem is principieel, goed geïnformeerd en sterk gericht op zekerheid. Hij voelt zich verantwoordelijk voor zijn generatie en neemt een actieve rol in het begrijpen en bewaken van het pensioenstelsel. Hij controleert kritisch, stelt scherpe vragen en wil transparantie.

Leef- en werksituatie

- Gepensioneerd Shell-medewerker.
- Getrouwd, (klein)kinderen.
- Financieel zelfstandig, bovengemiddeld pensioen.
- Sterke band met Shell en trots op zijn loopbaan.
- Woont comfortabel, hypotheek (deels) afbetaald.

Financiële houding

Educatie
Hoog

Houding
Bewust – kritisch – zekerheid gericht
Ziet pensioen als een verworven recht, niet als keuzeproduct.

Focus op behoud van opgebouwde rechten en zekerheid.
Hecht veel waarde aan transparantie (kosten, beleid, rendement).
Vergelijkt fondsen en stelt kritische vragen.

Inzicht
Pensioen is integraal onderdeel van zijn financiële planning en identiteit.

Behoeften & doelen

“Kan ik nog iets doen om mijn positie of die van mijn generatie te beschermen?”
Willem

Behoefte
Duidelijke onderbouwing van keuzes en beleid.
Transparantie over rendement, kosten en systeemwijzigingen.
De mogelijkheid om invloed uit te oefenen en gehoord te worden.

Skill & Vaardigheden

Digitale vaardigheden
Leesniveau / taalvaardigheid
Navigatievaardigheid

Probleemopl
Vertrouwen i
Pensioenbeg
Pensioenbeg

Gedrag en handelingen

Urgentie
Hoog — sterk betrokken bij veranderingen.

Informatie-opname
Zoekt actief naar aanvullende informatie en onderbouwing.
Archiveert informatie zorgvuldig (digitaal en fysiek).

Trigger
Spreekt zich uit bij onduidelijke of oneerlijke communicatie.
Neemt deel aan discussies binnen netwerken (zoals VOEKS).
Volgt pensioenontwikkelingen actief en kritisch.

Informatie Voorkeur en mediagedrag

- Leest actief via e-mail, portalen en websites. Combineert digitale en traditionele communicatie (brieven belangrijk). Leest zowel samenvattingen als details (incl. kleine lettertjes).
- Volgt nieuws, vakbladen en discussies. Deelt actief informatie binnen zijn netwerk.

Digitale en traditionele communicatie

Digitale vaardigheid

- Voldoende digitaal vaardig (portalen, e-mail, pdf’s).
- Regelmatig gebruik van pensioenportalen en formulieren.
- Minder affiniteit met apps of mobiele oplossingen.
- Self-efficacy: Gemiddeld — zelfstandig, maar voorkeur voor duidelijke structuren.

Pijnpunt

Scenario
Leest over da
actief op zoek
communicatie

Pijnpunt
Gebrek aan t
Gevoel dat b
Onzekerheid
Frustratie bij

Grootste v

1 Kan ik

2 Wordt

Vertrouw

- Loyaliteit
overheid
- Vertrouwe
en consis

- Wantrouw
gekleurd
- Voelt zich
vertegenw
- Vertrouwe
van openl



Digitale vaardigheden
Leesniveau / taalvaardigheid
Navigatievaardigheid

Probleemoplossend vermogen
Vertrouwen in digitale kanalen
Pensioenbegrip (oud systeem)
Pensioenbegrip (nieuw systeem)

Leef- en werksituatie

- Gepensioneerd Shell-medewerker.
- Getrouwd, (klein)kinderen.
- Financieel zelfstandig, bovengemiddeld pensioen.
- Sterke band met Shell en trots op zijn loopbaan.
- Woont comfortabel, hypotheek (deels) afbetaald.

Financiële houding

Educatie
Hoog

Houding
Bewust – kritisch – zekerheid gericht
Ziet pensioen als een verworven recht, niet als keuzeproduct.

behoud van opgebouwde rechten en zeker
Hecht veel waarde [illegible] beleid, rendement).
Vergelijkt fondsen en stelt kritische vragen.

Inzicht

Shell-
loyale loopbaan.
oed
en bij

dat beschermd

Gedrag en handelingen

Urgentie
Hoog — sterk betrokken bij veranderingen.

Informatie-opname
Zoekt actief naar aanvullende informatie en onderbouwing.
Archiveert informatie zorgvuldig (digitaal en fysiek).

Trigger
Spreekt zich uit bij onduidelijke of oneerlijke communicati
Neemt deel aan discussies binnen netwerken (zoals V[illegible]KS).
Volgt pensioenontwikkelingen actief en kritisch.

Informatie Voorkeur en mediagedrag

- Leest actief via e-mail, portalen en websites. Combineert digitale en traditionele communicatie (brieven belangrijk). Leest zowel samenvattingen als details (incl. kleine lettertjes).
- Volgt nieuws, vakbladen en discussies. Deelt actief informatie binnen zijn netwerk.

Digitale en traditionele communicatie

Digitale vaardigheid

- Voldoende digitaal vaardig (portalen, e-mail, pdf's).

Pijnpunten & uitdagingen

Scenario
Leest over dalende dekkingsgraad en mogelijke kortingen. Ga
actief op zoek naar informatie, stelt vragen en uit kritiek wanne
communicatie te positief of onvolledig is.

Pijnpunt
Gebrek aan transparantie of tegenstrijdige communicatie.
Gevoel dat belangen van zijn generatie onder druk staan.
Onzekerheid door systeemwijzigingen.
Frustratie bij onbeantwoorde vragen.

Grootste vragen:

1. Kan ik mijn positie of die van mijn generatie beschermen?
2. Wordt het niet mooier gemaakt dan het is?

Vertrouwen in pensioen en instituties

- Loyaliteit aan Shell, maar kritisch richting overheid en nieuwe wetgeving.
- Vertrouwen gebaseerd op transparantie en consistentie.

Hoog vetrouwer

- Wantrouwt communicatie die politiek

neemt een actieve rol in het
grijpen en bewaken van het
nsioenstelsel. Hij controleert
sch, stelt scherpe vragen en wil
nsparantie.

ituatie

eerd Shell-medewerker.

(klein)kinderen.

zelfstandig, bovengemiddeld

d met Shell en trots op zijn

fortabel, hypotheek (deels)

ling

Educatie
Hoog

te beschermen?

Willem

De mogelijkheid om invloed uit te oefenen en gehoord te worden.

Skill & Vaardigheden

Digitale vaardigheden	●●●○○
Leesniveau / taalvaardigheid	●●●●●
Navigatievaardigheid	●●●○○
Probleemoplossend vermogen	●●●●●
Vertrouwen in digitale kanalen	●●●○○
Pensioenbegrip (oud systeem)	●●●●●
Pensioenbegrip (nieuw systeem)	●●●○○

Gedrag en handelingen

Urgentie
Hoog — sterk betrokken bij veranderingen.

Informatie-opname
Zoekt actief naar aanvullende informatie en onderbouwing.
Archiveert informatie zorgvuldig (digitaal en fysiek).

Trigger
Spreekt zich uit bij onduidelijke of oneerlijke communicatie.
Neemt deel aan discussies binnen netwerken (zoals VOEKS).
Volgt pensioenontwikkelingen actief en kritisch.

Informatie Voorkeur en mediagedrag

- Leest actief via e-mail, portalen en websites. Combineert digitale en traditionele communicatie (brieven belangrijk). Leest zowel samenvattingen als details (incl. kleine lettertjes).

Digitale en traditionele communicatie

Pijnpunten & uitdagingen

Scenario
Leest over dalende dekkingsgraad en mogelijke kortingen. Gaat actief op zoek naar informatie, stelt vragen en uit kritiek wanneer communicatie te positief of onvolledig is.

Pijnpunt
Gebrek aan transparantie of tegenstrijdige communicatie.
Gevoel dat belangen van zijn generatie onder druk staan.
Onzekerheid door systeemwijzigingen.
Frustratie bij onbeantwoorde vragen.

Grootste vragen:

1. Kan ik mijn positie of die van mijn generatie beschermen?
2. Wordt het niet mooier gemaakt dan het is?

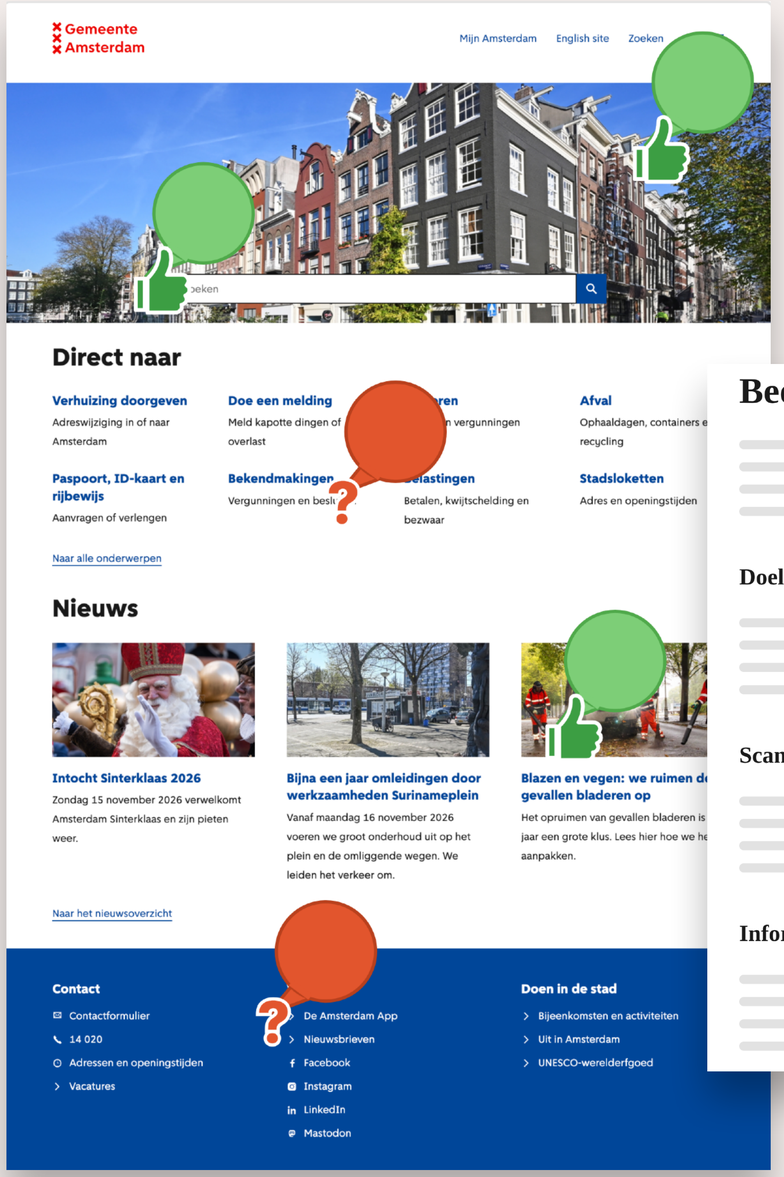
Hoe zetten we Willem in?

Voorbeeld experiment:
een snelle audit op élke page van een bestaande website.

Vanuit ‘Willem’ wordt elk element van de pagina onder de loep genomen.

Is de huidige site intuïtief voor Willem? Sluit de huidige opzet aan bij de behoeftes van Willem?

Deze feedback kan helpen om de nieuwe designs beter te maken.



Beoordeling

Doelgerichtheid (9/10) — Geslaagd!

Scanbaarheid (5/10) — Onvoldoende

Informatiescent (7,5/10) — Deels geslaagd

Hoeveel waarde heeft een Synthetic?

Ze geven geloofwaardige antwoorden, geen echte!

Synthetics zijn simulaties zonder eigen ervaring, die de onvoorspelbaarheid en beperkingen van echte mensen missen en ons te graag tevreden stellen; wie dat vergeet, bouwt op drijfzand.



Zie een Synthetic als een acteur die zich voorbereidt op een biopic

Hij kan elk interview bestuderen, elke biografie lezen, alle beschikbare beelden bekijken.

Hij krijgt de maniertjes, de stem en de bekende reacties perfect onder de knie.

Het live-aid concert in de film ‘Bohemian Rhapsody’ is tot in het kleinste detail perfect nagebootst.



Rami Malek



Freddie Mercury

Zelfs de beste acteur weet niet alles

Maar zou Rami Malek je kunnen vertellen:

- Wat Freddie zou bestellen in een restaurant waar hij nog nooit was geweest?
- Wat hij zou doen als zijn pensioenuitvoerder ineens de login-flow veranderde?

Synthetics zijn briljant in het afspelen van het bekende, met het onbekende hebben ze moeite.



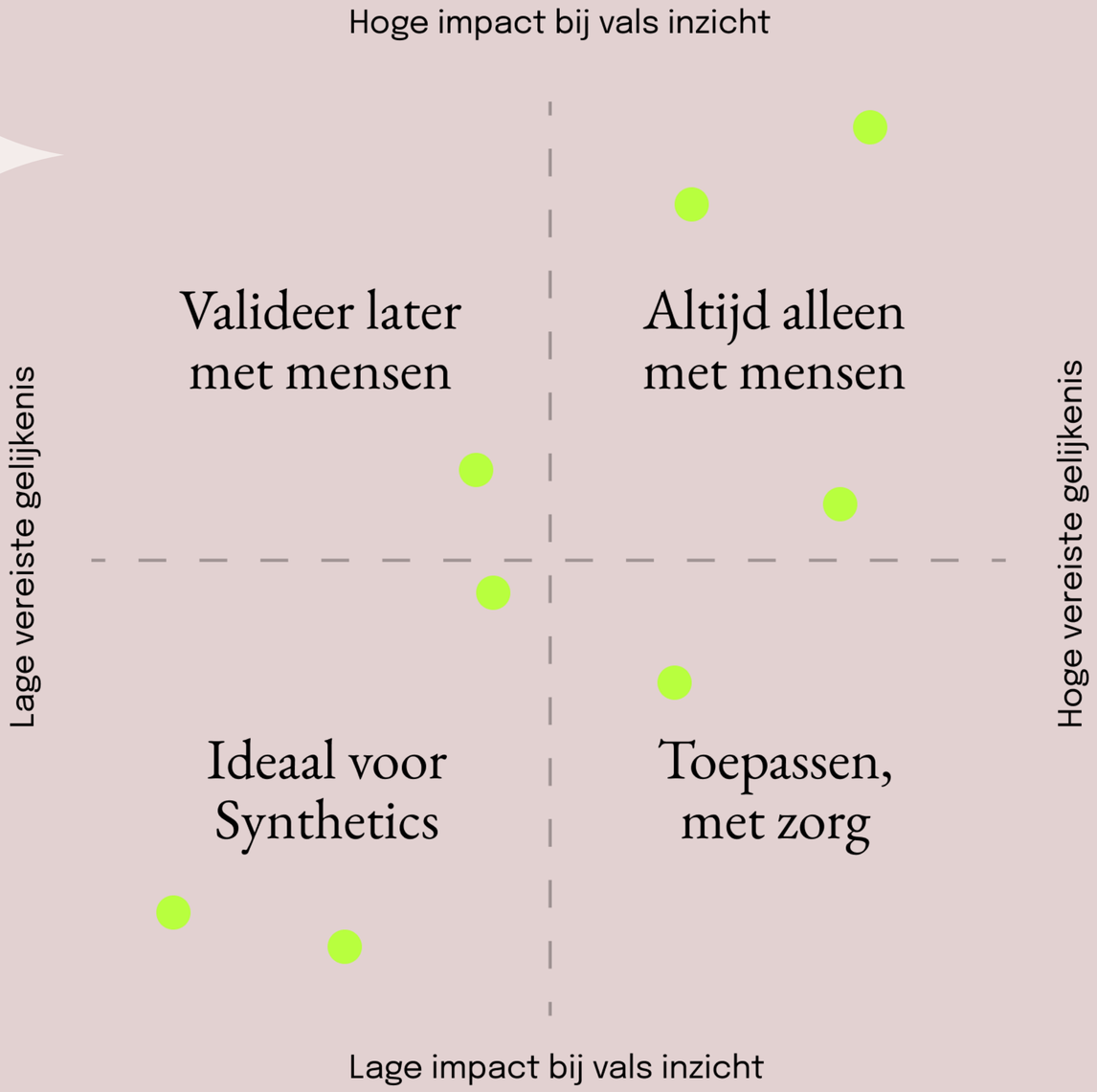
Wanneer zijn Synthetics de juiste keuze?

Het bepalen van de juiste use cases is een cruciaal onderdeel van het proces. Het bepaald hoe sterk je resultaten zijn.

Voordat je Synthetics inzet, vraag je je af: wat voegt dit toe, en wat is de acceptabele foutmarge?

Matrix zet twee vragen tegen elkaar:

- Hoe menselijk moet de output zijn in denken, gedrag en emotie?
- Hoe schadelijk is het als een fout inzicht toch tot een ontwerpbeslissing leidt?



Synthetic quiz

Tijd voor iets meer interactie!



Tijd voor een kleine quiz

Leuk om te zien of jullie
een beetje hebben opgelet!



Wat zijn de spelregels?

Die hebben we, voor vandaag, zo simpel mogelijk gehouden.

- Iedereen krijgt 2 kaarten (rood en groen).
- En iedereen gaat zometeen staan.
- Wij stellen een aantal vragen.
- En jullie geven antwoord met een kaart.
- Tegelijkertijd, na aftellen!
- Ga zitten bij een verkeerd antwoord.
- Wie als laatste staat, die krijgt een prijs!

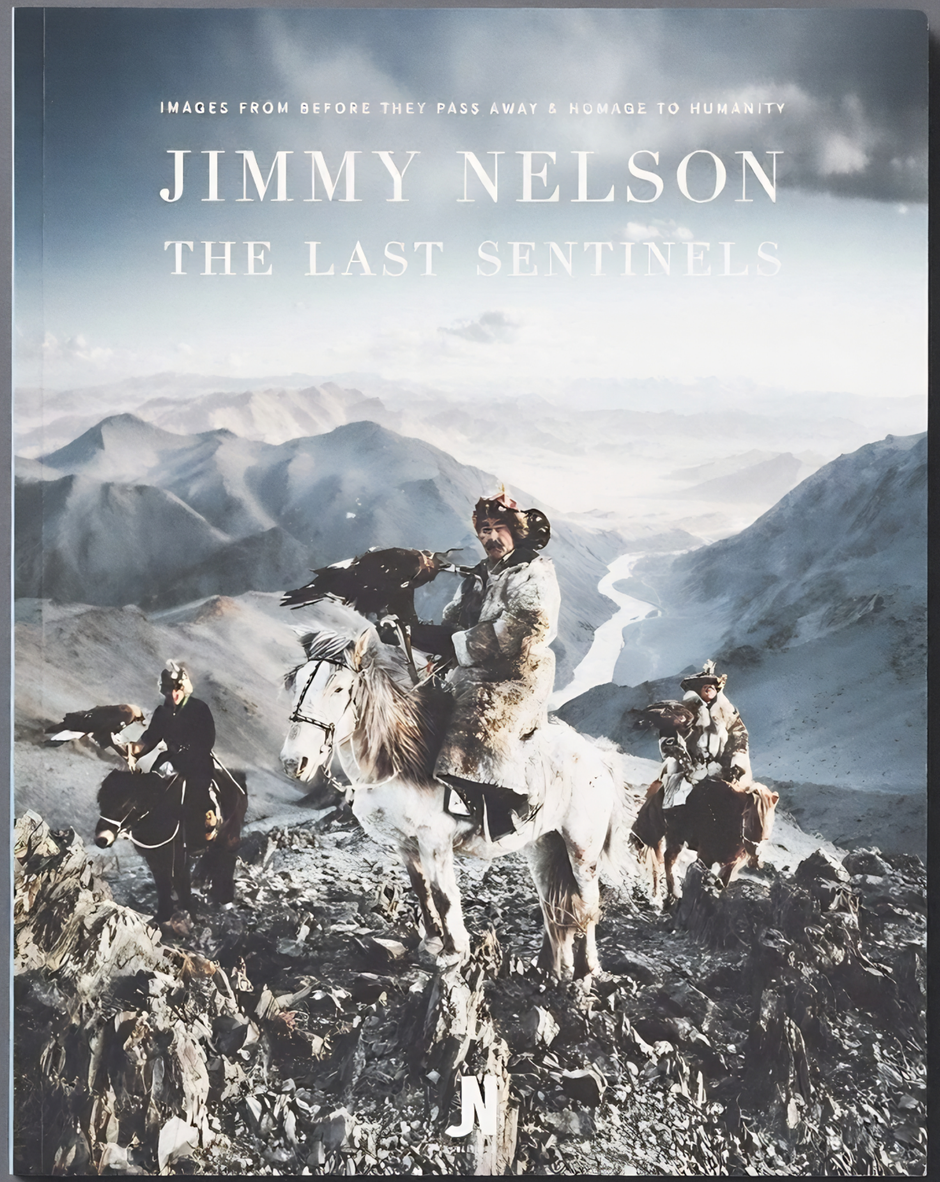


Wat valt er te winnen?

Een prachtig fotografieboek.
En een unieke companion app.

Het boek staat vol prachtige beelden.
En achter elk beeld zit een bijzondere video.

Die video’s kun je ontsluiten door de beelden te scannen met een, door Faraday ontworpen, companion app.



Wie is Jimmy Nelson?

Een van onze oudste klanten én een van onze inspiratiebronnen.

Hij reist de wereld rond en leeft vaak in de moeilijkste omstandigheden. Niet om een mooi plaatje te maken, maar om echte, authentieke mensen te ontmoeten.

En we hebben het vandaag vooral over Synthetics. Het is allemaal ten dienste van echte gebruikers en deelnemers!









Vraag 1

Kijk naar het scenario.
Zetten we hier wel/niet Synthetics in?

Synthetics inzetten?
NEE

Scenario

- Je bent een pensioenfonds.
- Je weet veel over vaste werknemers,
- Je weet niet veel over flexwerkers in je regeling.

En je wil weten waarom de flexwerkers hun pensioen nooit checken.

Synthetics inzetten?
JA

Antwoord 1

Het antwoord is NEE



Je hebt amper data over de flexwerkers. Een LLM gaat alle gaten dan opvullen met algemene kennis

Een ‘waarom’ is een ontdekkingsvraag. Echte ‘unknown unknowns’ haal je niet snel uit bestaande data.

Doe eerst echt onderzoek onder de flexwerkers. Bouw daarna pas een Synthetic.

Vraag 2

Kijk naar het scenario.
Zetten we hier wel/niet Synthetics in?

Synthetics inzetten?
NEE

Scenario

- Je bent een pensioenfonds.
- Je hebt interviews & enquêtedata over hoe deelnemers jullie website lezen.
- Je gaat een nieuwe pagina over Invaren plaatsen.

En je wil snel checken of die pagina niet te veel jargon bevat.

Synthetics inzetten?
JA

Antwoord 2

Het antwoord is JA



Je hebt data over de doelgroep. En de vraag is mooi concreet en afgebakend.

Let op:
Een Synthetic is vaak “slimmer” dan de gemiddelde user, omdat het LLM wel alle jargon snapt.

Instrueer een Synthetic dus expliciet om vanuit het taalniveau uit je data te reageren

Vraag 3

Kijk naar het scenario.
Zetten we hier wel/niet Synthetics in?

Synthetics inzetten?
NEE

Scenario

- Je bent een pensioenfonds.
- Je hebt rijke data over je deelnemers.
- Je rekentool (voor eigen bijdrage) gaat volgende week live.

En je wil een laatste gebruikerstest doen.

Synthetics inzetten?
JA

Antwoord 3

Het antwoord is NEE



Bij een rekentool is de impact (van valse inzichten) te hoog om niet te testen met echte gebruikers.

Een Synthetic mist nog de stress en twijfel die bij zulke grote vragen komt kijken.

Maar Synthetics zijn wél waardevol om eerder in het proces verbeterpunten te vinden!

Vraag 4

Kijk naar het scenario.
Is dit wel/niet een goede basis voor Synthetics?

Voor Synthetics gebruiken?
NEE

Scenario

- Je bent een pensioenfonds
- Je hebt met deelnemers een anonieme enquête gedaan
- Zo heb je 500 ‘open’ antwoorden over je website verzameld
- Je hebt aangegeven dat antwoorden zijn “om onze dienstverlening te verbeteren”

En je wil een Synthetic bouwen.

Voor Synthetics gebruiken?
JA

Antwoord 4

Het antwoord is JA *(mits)*



Het zijn eigen deelnemers. De enquête was anoniem. En Synthetics passen goed bij het het aangegeven doel.

Let op:
Laat dit (het inzetten van de data) nog wel even checken door een Privacy Officer.

Let op:
Open antwoorden zijn vaak kort (“onduidelijk”, “prima”) en geven weinig inzicht in hoe iemand redeneert.

Hebben we een winnaar?

Of wordt het loten?



Interactie

Terug naar de keiharde realiteit



Een roerige periode voor iedereen. Invaren, keuzes begeleiden, etc!



Uitdaging

We zien: WTP maakt communicatie steeds complexer



Best paradoxaal...

Doe meer!

- Richt je meer op doelgroepen
- Communiceer persoonlijker
- Communiceer activerender

Met minder!

- Communiceer efficiënter
- Communiceer goedkoper

Benefits

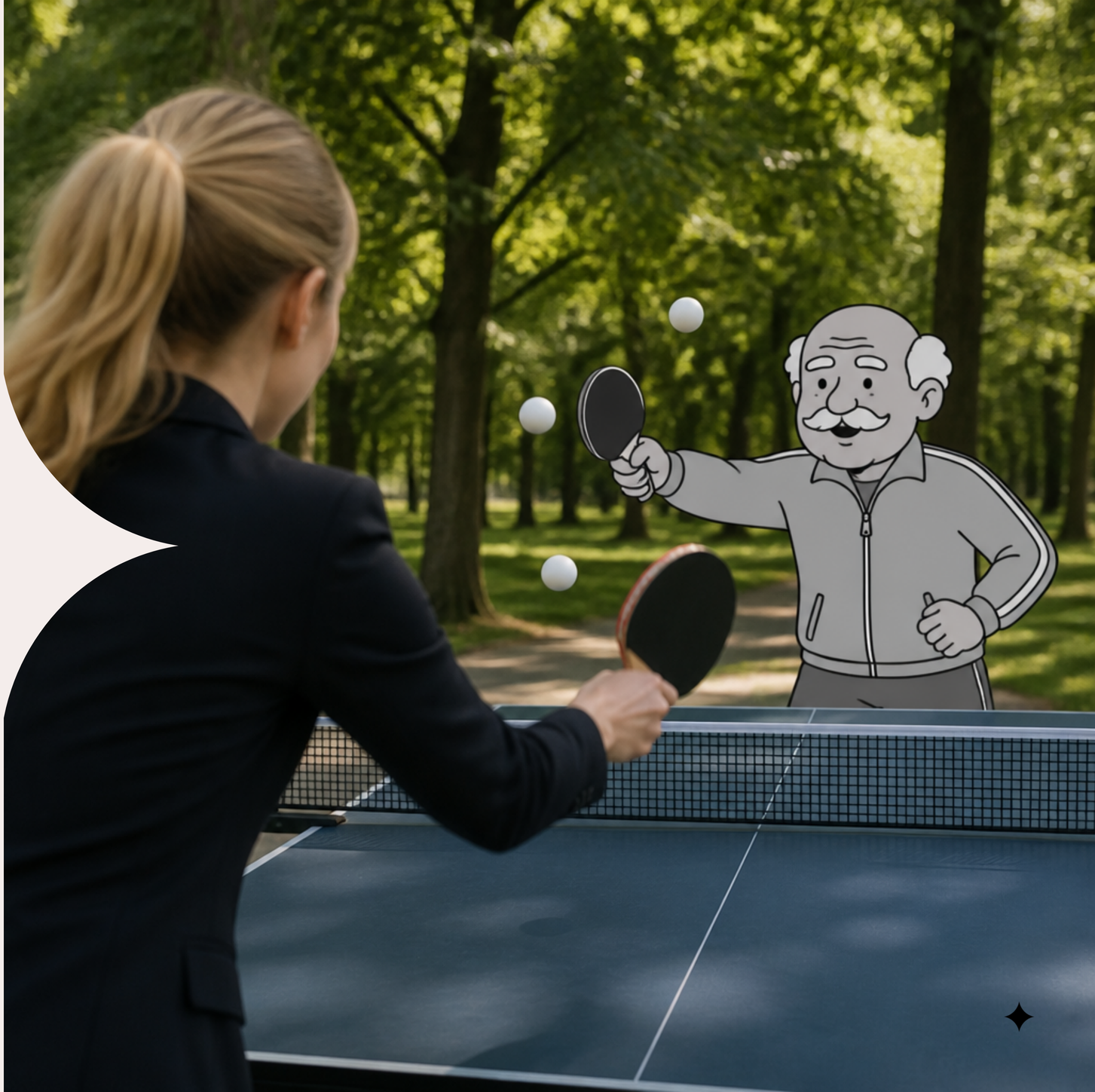
Hier kunnen Synthetics mooi waarde toevoegen



Benefit 1/5
Sneller toetsen, eerder bijsturen

Normaal duurt het weken voordat je weet wat deelnemers van iets vinden. Met een Synthetic (mits deze klaar staat) kun je het weten binnen een paar minuten.

Zo toets je tussendoor of een brief, pagina of uitleg duidelijk is, en verbeter je het al voordat echte deelnemers het zien. Dat scheelt tijd, geld en herstelwerk achteraf.



Benefit 2/5
Eén plek voor gebruikerskennis

Kennis over deelnemers zit nu vaak verspreid: in rapporten, presentaties, mailtjes en de hoofden van collega’s. Een Synthetic brengt die kennis samen op één plek.

Iedereen in het team, van communicatie tot IT, kan er dezelfde vragen aan stellen en krijgt antwoord op basis van dezelfde onderzoeksdata. Zo werk je niet meer vanuit aannames, maar vanuit wat je echt over je deelnemers weet.



Benefit 3/5
Content die past

Synthetics weten hoe je deelnemers denken, wat ze belangrijk vinden en waar ze tegenaan lopen. Daardoor kun je ze ook inzetten om content te maken die bij hen past.

Van brieven en webpagina’s tot video’s, rekentools en campagnes: je vertrekt vanuit wat je doelgroep nodig heeft. Zo zit de eerste versie al dicht bij je deelnemers en hoef je minder bij te schaven.



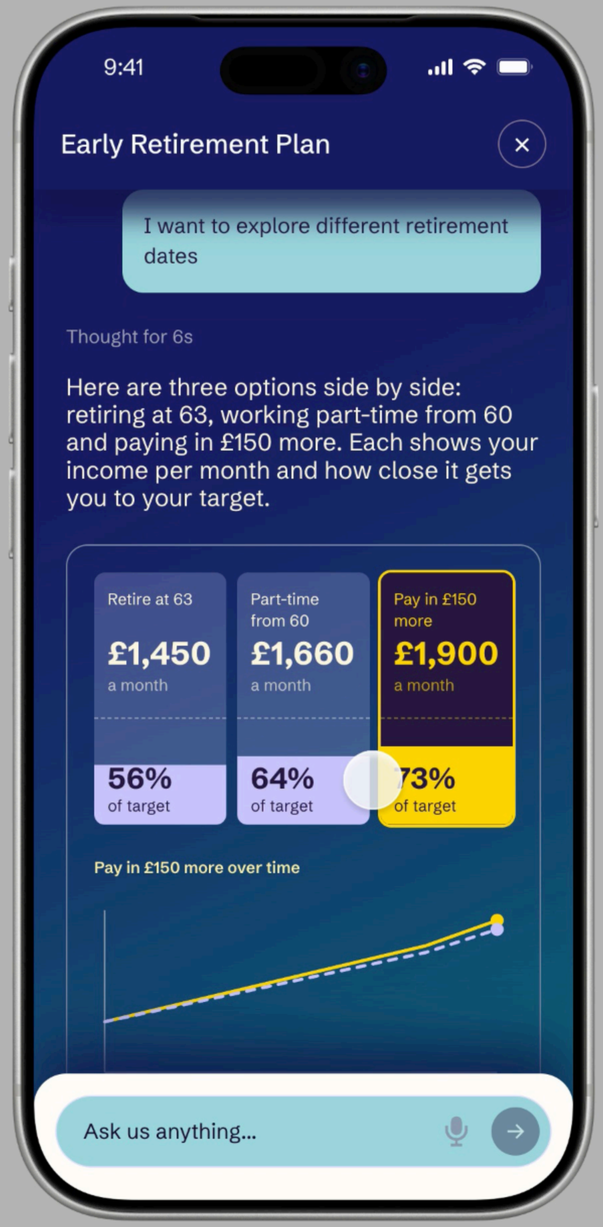
Benefit 4/5
Conversational UI

Voor de nabije toekomst.

We zijn nu bezig met werken aan ‘conversational’ interfaces: non-lineaire flows, die zich aanpassen aan de gebruiker.

Hiernaast zien we een prototype gemaakt voor een klant in het VK.

Tijdens de conversatie kunnen we zien welke Synthetic bij de gebruiker past. En dankzij die Synthetic kunnen we de conversatie beter laten aansluiten bij de gebruiker.



Benefit 5/5
Personal UI

Voor de verdere toekomst.

Ooit matchen we individuele gebruikers niet meer met bestaande Synthetics, maar maken we voor elke gebruiker een individuele Synthetic.

Van portals tot landingpages tot brieven. Als je weet met wie je communiceert, dan kun je iets bieden dat compleet maatwerk is.



Vragen

Heeft iemand nog een vraag?



Afsluiting

Bedankt voor jullie aandacht!



Faraday
CONCLUSION

Later even bijpraten?

Dirk Schluter

dirk@faraday.agency

+31 6 2423 3608



Meer lezen over de Do’s en de Don’ts van Synthetics?