



## Interview 1

Thomas van der Biezen (Social Specialist) en Merijn de Rooy (Digital Video Strategist)

Thomas en Merijn zijn de werknemers van Greenhouse die de opdracht bedacht hebben. Binnen Greenhouse zijn al verschillende projecten gedaan over het analyseren van de inhoud van video's, maar deze data en de prestatie data van campagnes is nog nooit gecombineerd. Dit is waar de opdrachtgevers een kans zagen. Ze wilden dat er gekeken kon worden of bepaalde labels zorgde voor meer impressies/opbrengsten. Of wanneer reclames met bn'ers het bijvoorbeeld beter doen dan reclames met andere personen.

We hebben toen ons concept gepresenteerd en kregen hier feedback op. We hebben het gehad over de mogelijkheid van dit concept en de verschillen tussen een interactieve en dynamische video. Waarbij interactieve video's naar hun inzichten weinig respons kregen t.o.v. de impressies. Dynamische video's zit nu in de lift maar de mogelijkheden waren nog beperkt. Verder bleek er al een tool te zijn die de video's deed analyseren, dit was een stukje miscommunicatie tussen hun en de personen die de opdracht uitgewerkt hadden. Hierdoor zijn we middels Thomas en Merijn later in de middag met het AI-team in contact gekomen om te praten over deze tool.

## Interview 2

Bas Ploeg (Hoofd van innovatielab Labs)

Binnen Greenhouse heb je een afdeling genaamd Labs. Hier houden ze zich vooral bezig met onderzoek naar ontwikkelingen in de huidige markt. Bas Ploeg is de enige vaste kracht binnen Labs, de rest van het team bestaat uit stagiaires. We hebben gehoord dat er al eerder een project was uitgevoerd met betrekking tot video analyses, vandaar dat wij op zoek gingen naar Bas. Er was inderdaad afgelopen jaar door een groep studenten onderzoek gedaan naar video analyses. Dit ging niet zo zeer over de performance maar over de labeling van de inhoud van de video's.



Deze studenten hadden een machine learning tool ontwikkeld die ongeveer werkte zoals de Google Cloud Video Intelligence API. Een van deze studenten (Tom de Wildt) werkt nu als werkstudent bij Greenhouse en die was toevallig de volgende dag op het bedrijf aanwezig, dus hebben we via Bas een afspraak gemaakt. Wat we uiteindelijk vooral vanuit Bas mee kregen was dat we het wiel niet opnieuw moesten gaan uitvinden. Dit hield in dat we niet opnieuw een tool moesten gaan maken die labels aan een video gaf, maar vooral moesten gaan kijken naar wat Greenhouse juist nog niet gedaan had.

## Interview 3

Annes Alajmovic (AI Specialist) en Tim Bijnen (AI Software Engineer)



Van Thomas en Merijn kregen we te horen dat het AI team nu bezig was met het maken van een tool om een video te analyseren. Zo gingen wij naar het AI team voor een gesprek met Annes en Tim. Zij namen ons mee door de tool ...

... Argus. Een tool waar ze de afgelopen tijd mee bezig zijn geweest. Naast dat deze tool labels kon detecteren was het ook in staat om spraak te herkennen, verandering in shots te detecteren en expliciete content te achterhalen. Deze tool was een combinatie tussen de Google Intelligence Cloud API en de Amazon Rekognition API.

Daarnaast kregen wij van Annes de inloggegevens zodat we in de week die wij in Greenhouse zaten ook zelf met dit programma konden experimenteren. Argus was nog een tool die in de ontwikkelingsfase zat, dus het was ver van af. Het was nu nog niet duidelijk wanneer de labels precies in beeld waren en ook kon de spraak maar herkend worden tot maximaal 1 minuut. Annes en Tim gaven aan dat ze het vooral lastig vonden hoe ze de data visueel kunnen weergeven. Ook zagen zij dat er een grote mogelijkheid is om deze data te combineren met de performance data van video campagnes. Dit is dus voor ons een goede gelegenheid om hierbij te helpen.

## Interview 4

Tom de Wildt (Meewerk student)



Tom had vorig jaar gewerkt aan een soort zelfde opdracht waarin ze video's analyseerden op de inhoud. Hierbij werd er getest met Google, Amazon en andere API's. Maar uiteindelijk werd er een eigen video analyser geprogrammeerd. Uiteindelijk blijkt Argus (Tool van het vorige interview) een verbetering van de tool van Tom. Tom nam ons mee door zijn eigen gemaakte programma. Waar het naast het analyseren van een video ook mogelijk was om het scherm van een tv/ computer te veranderen. Zo ging de tool op zoek naar vierkanten en kon je hier een afbeelding in plaatsen. Ook was er in deze tool de mogelijkheid om de data te exporteren, waar dat in Argus niet mogelijk was.