

AI-Agents in Programmatic

Van hype naar verantwoorde implementatie.

Een strategisch governance playbook voor de Nederlandse CMO.

De Kans

“Onze advertentie-allocatie, waarbij 90% door AI wordt beheerd, stelt ons in staat budgetten veel efficiënter te targeten dan traditioneel mogelijk is.”

— Daniel Schreiber, CEO Lemonade

2026: Het kantelpunt volgens Experian waar handmatige buying plaatsmaakt voor autonome agentic workflows.

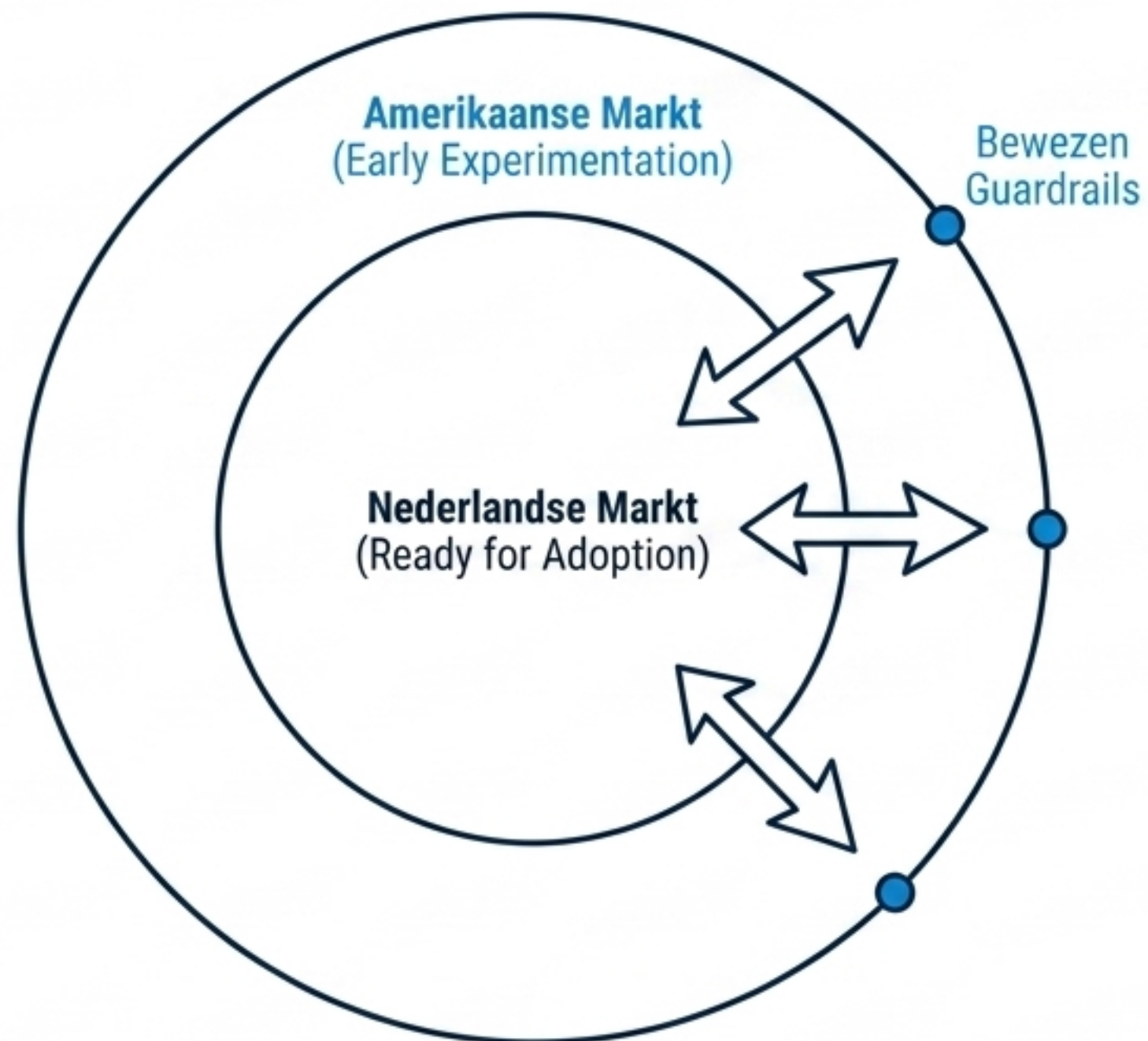
Het Risico

“AI in advertising evolueert naar een geautomatiseerde blackbox-ervaring. Je verliest de controle over specifieke targets.”

— Ben Thompson, Founder Stratechery

De prioriteit is verschoven. 71% van de marketeers plaatst inmiddels ethiek, privacy en controle bóven pure groeisnelheid (ANA / The Harris Poll).

De Nederlandse context biedt een strategisch 'achterstands-voordeel'



De Realiteit

De Nederlandse markt loopt 6 tot 12 maanden achter op de adtech-ontwikkelingen in de VS.

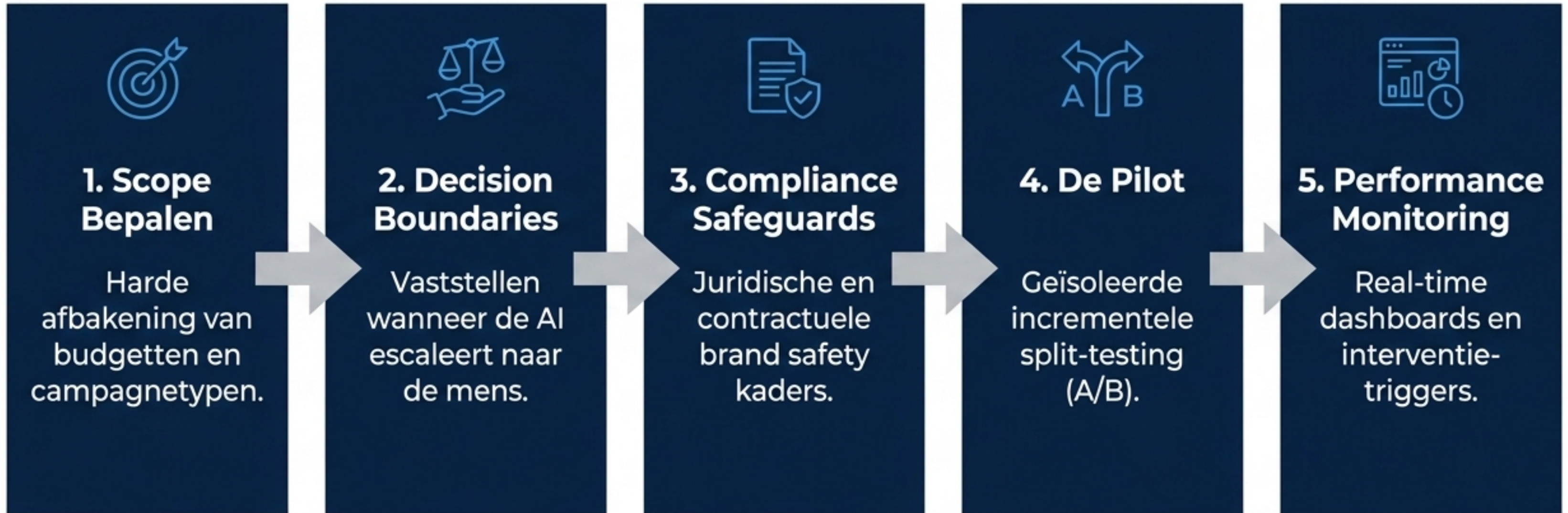
Het Voordeel

Amerikaanse use-cases fungeren als perfecte blauwdruk. We hoeven de valkuilen niet zelf te ontdekken.

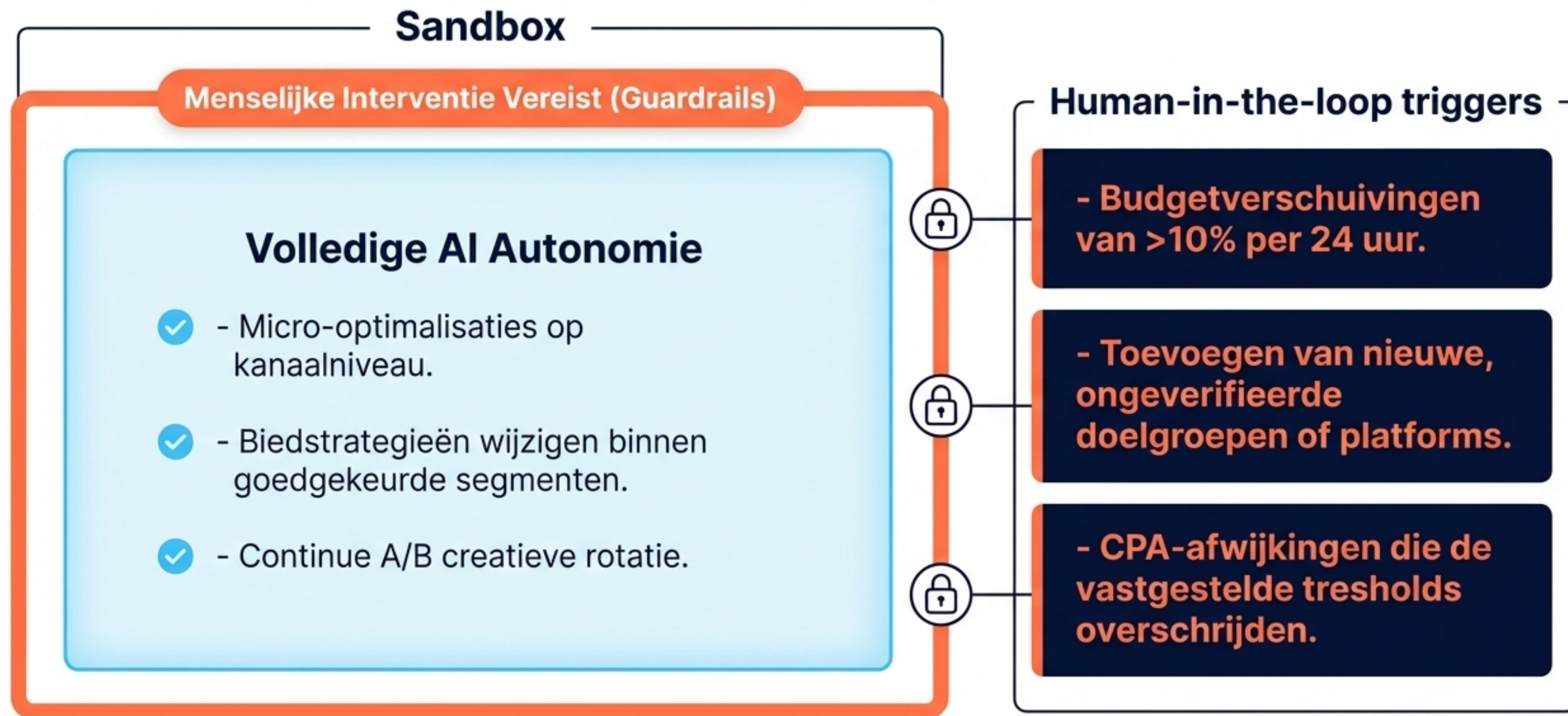
De Strategie

Grote adverteerders (type bol.com/Coolblue) experimenteren nu, maar weigeren controle op te geven. Het doel is niet simpelweg afwachten, maar **gecontroleerd schalen** met **bewezen vangnetten**.

Het 5-stappen Governance Framework voor Veilige AI Deployment



Stap 1 & 2: Scope & Boundaries bepalen de speelruimte



Stap 3: Compliance & Contractuele Safeguards zijn niet-onderhandelbaar

Data & AVG

Eisen dat algoritmes enkel trainen op 1st-party data en GDPR-compliant signalen.

Absolute weigering van blackbox-data ingest.



Brand Safety

Vooraf vastgestelde whitelists. Voorbeeld

Omnicom: Eis absolute duidelijkheid over wie verantwoordelijk is voor merkonveilige automatische plaatsingen.



Aansprakelijkheid

Heronderhandel contracten vóór Q3 2026.

Wie compenseert verspild budget als een AI-agent gaat 'hallucineren' of buiten de kaders koopt?



Stap 4: Isoleer het risico via een incrementele 4-weken Pilot



Budget & Scope
Isoleer 10-15% van het totale campagnebudget. Selecteer één enkele markt of campagnetype.

Variabelen Bevriezen
Zorg dat de doelgroep, het creatieve materiaal en het startbudget in zowel de handmatige (A) als AI (B) campagne identiek zijn.

Validatie
Alleen opschalen als de AI-campagne een CPA-verbetering van minimaal 8% toont zonder stijging in compliance-incidenten.

Stap 5: Performance Monitoring & Geautomatiseerde Tripwires

Waarschuwing: Het grootste risico van AI-agents is de 'set and forget' mentaliteit. Continue monitoring is vereist.

Command Center Dashboard



Efficiency



Performance



Risk/Interventions

Geautomatiseerde Tripwires (If-Then)

Performance Tripwire

ALS Cost Per Action (CPA) > 15% stijgt ten opzichte van baseline



DAN pauzeer agent & activeer alert.

Geautomatiseerde Tripwires (If-Then)

Budget Tripwire

ALS daggemiddelde > limiet



DAN forceer menselijke sign-off.

De Beslissingsmatrix: Wanneer grijpt de mens in?

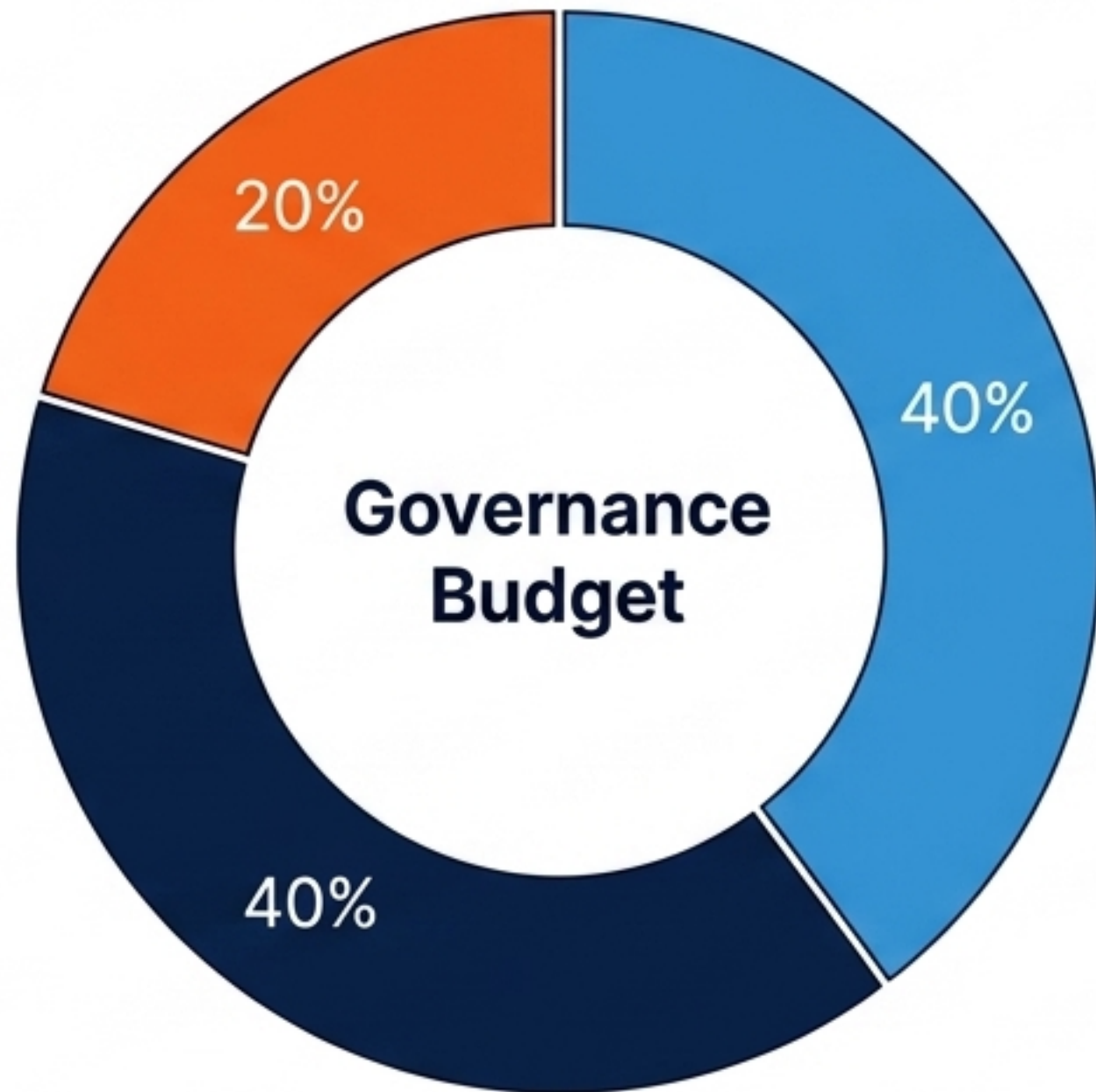


Platform landschap: Wat faciliteren de grote spelers momenteel?

Platform	Autonomie Niveau	Transparantie (Beslislogica)	Specifieke Kenmerken
Pinterest (Performance Plus)	Hoog	Medium	Vereist 50% minder input. Data toont 10% CPA verbetering (tot 20%+ voor shopping).
Google (DV360)	Zeer Hoog	Laag (Blackbox risico)	Grote efficiëntiewinsten, maar vereist scherpe externe datasturing.
The Trade Desk (Kokai)	Medium	Hoog	Uitstekende integratie van first-party data en sterke koper-transparantie.
Amazon DSP	Hoog binnen ecosysteem	Laag	Focus op e-commerce outcome-based buying. Gesloten 'walled garden'.

Budgettering: De verborgen kosten van AI Governance

Een realistische setup kost een merk tussen de €50k en €150k. Dit is géén media spend, maar een operationele governance investering.



40% Technologie & API's

Tooling om agentic workflows in te perken, API-integraties met custom dashboards voor onafhankelijke controle.

40% Training & FTE Shift

Het omscholen van operationele media buyers naar strategische analisten die algoritmes sturen in plaats van knoppen indrukken.

20% Legal & Compliance

Juridische kosten voor het heronderhandelen van aansprakelijkheid met adtech-partners.

Succes meten over drie dimensies

Efficiency

>30%

Hoeveel uur besteedt het team aan handmatig campagnebeheer? AI-agents moeten de operationele werklast met minimaal 30% verlagen om de complexiteit te verantwoorden.

Performance

>10%

Vergelijk Cost Per Action (CPA), ROAS en conversieratio's tegen de traditionele baseline. Pinterest's 10% CPA-verbetering is de absolute ondergrens.

Risk & Compliance

0 Kritieke Incidenten

Tel het aantal noodzakelijke menselijke interventies, interventies, budgetoverschrijdingen en merkonveilige plaatsingen. Meer incidenten = strakkere kaders vereist.

Implementatie Valkuilen: Do's en Don'ts

✓ DO

✓ Eis te allen tijde inzicht in de beslislogica van de adtech-partner.

✓ Begin extreem klein (1 markt, 1 campagne) en schaal alleen op harde data.

✓ Verscherp de kaders iteratief op basis van gemeten veiligheidsincidenten.

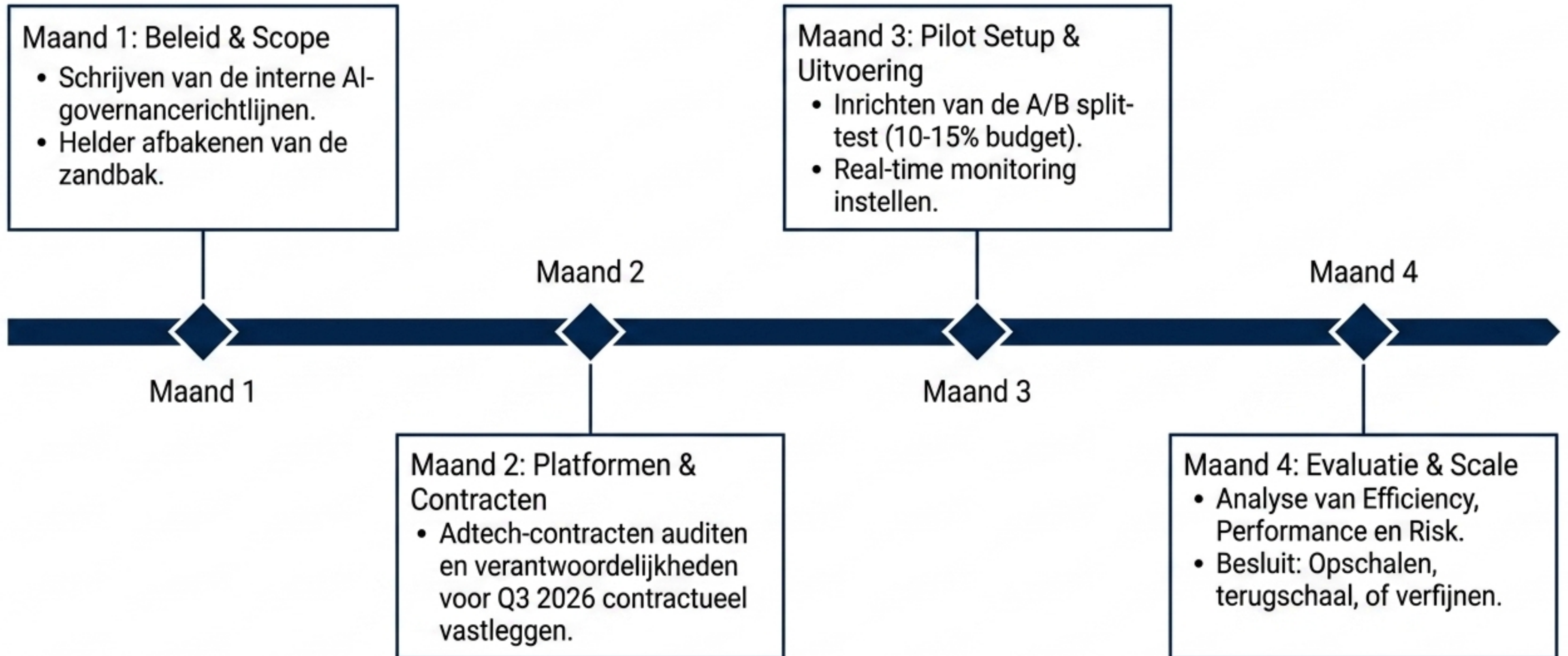
✗ DON'T

✗ De blackbox zonder vragen accepteren uit angst voor gemiste omzet.

✗ Onduidelijk eigenaarschap: als de AI een fout maakt, wie in uw team is verantwoordelijk?

✗ De 'Set and forget' mentaliteit: algoritmes zonder toezicht doelen laten najagen.

Implementatie Roadmap (Maand 1 - 4)



De vraag is niet óf AI-agents programmatic overnemen, maar hoe ú de voorwaarden dicteert voor een veilige transitie.

Actieplan: Drie stappen voor volgende week



1. Plan een Stakeholder Alignment

Zet Marketing, Legal en de CFO in één ruimte om de absolute risicogrenzen te bepalen.



2. Draft een Scope Document

Definieer exact voor welke campagnetypen en met welk testbudget de eerste A/B pilot gedraaid mag worden.



3. Eis Transparantie

Vraag per direct platform demo's en API-documentatie op bij uw huidige adtech partners gericht op guardrails, niet op verkopen.