THE CONTENT ENGINEERING AGENCY

PORTFOLIO

Rafaëla Ellensburg



Senior Data & AI Strategist | Digital Transformation Lead

Specialist in content governance, datamodellering en AI-readiness

> Ik breng structuur en eigenaarschap in versnipperde content en data, zodat organisaties betrouwbaar kunnen opschalen met personalisatie en AI. Van strategie en businesscase tot implementatie en adoptie.

Bekend van

BOYE & CO

plate

Frankwatching

Opleiding en certificering

Professional Scrum Product Owner I
MSc Business Administration, TIAS
Research MSc en BSc Psychologie, UvA

WANNEER JE MIJ INSCHAKELT

Vier signalen dat de basis onder je ambitie wringt

	WAT JE MERKT	WAT IK DOE	BEWIJS
1	**Personalisatie vraagt steeds meer handwerk**	Ik maak de betekenis van content, producten, campagnes en klantsegmenten één keer expliciet, zodat systemen ze kunnen combineren.	**Semantic layer · p. 5**
2	**Content en data zijn niet herbruikbaar over kanalen**	Ik ontwerp domeinmodellen en metadataschema's: één keer vastleggen, overal hergebruiken.	**Metadataschema en domeinmodel · p. 3 en 7**
3	**Een CMS- of DAM-investering lost de versnippering niet vanzelf op**	Ik regel metadata, eigenaarschap en processen vóór en tijdens de migratie.	**200.000+ assets naar Content Hub · p. 7**
4	**Een AI-toepassing mist betrouwbare context**	Ik lever begrippen, taxonomie en definities waarop een model kan bouwen.	**Governance en AI-toepassingen · p. 8–9**

WAT MIJ ONDERSCHEIDT

Tien jaar Albert Heijn, op grote schaal



Spreker op de Frankwatching Content Conference, juni 2026. Foto: Michiel Ton

01

Content Engineering als discipline

In december 2019 beschreef ik de rol van Content Engineer. In 2021 werd het een erkende discipline en functie bij Albert Heijn, en ik bouwde de praktijk vier jaar uit.

02

Semantic layer als nieuwe technologie

Als projectleider en Product Owner bracht ik de eerste leveranciersonafhankelijke RDF semantic layer van Albert Heijn van pilot naar productie, met een team van elf specialisten.

14+
jaar in content, e-commerce, data en technologie

10
jaar Albert Heijn, in drie rollen van specialist naar projectleider

200.000+
assets gemigreerd naar een centrale Content Hub

23.000+
recepten in het eerste domeinmodel van Allerhande

COMMERCIËLE BASIS

Structuur die begint bij klantwaarde en omzet

Eerst e-commerce en conversie, daarna content engineering. Elke structuurkeuze koppel ik aan een klant- of bedrijfsdoel.

+1,31%
gemiddelde orderwaarde
Gemeten in A/B-test. Berekend: €4,2 mln per jaar op web

+19%
productconversie themashops
Gemeten. Doel was +7%

−35%
procesafwijkingen
Gemeten. Lean Six Sigma in homepageproductie

+6%
online bruto-omzet
Gemeten. Bij 7% minder websiteverkeer

Teamlead Creative Content · Albert Heijn
5–7 specialisten. Leiderschapsscore van 82% naar 90%.

Manager E-commerce · Van Gelder Groep
Drie webshops plus bol.com, deBijenkorf.nl en vd.nl.

CASE 1 · ALBERT HEIJN · SEP 2024 – MRT 2026

Semantic layer: van pilot naar productie

sep 2024	nov 24 – jan 25	jul 2025	sep – okt 2025	feb 2026	mrt 2026
Businesscase	Pilot	Start MVP	Triplestore live	Ontologie klaar	Business demo

Lichte balk: voorbereiding en pilot · Donkere balk: productie-implementatie (MVP)

Aanleiding

Content, productdata, campagnes en klantsegmenten zaten in losse systemen zonder gedeelde betekenis. Eén boodschap voor één klantsegment op één kanaal vroeg ruim twintig handmatige taken van meer dan vier teams.

Mijn rol: projectleider en Product Owner van elf specialisten, terwijl technologie, rol en budget nog niet bestonden.

Wat ik concreet deed

- Businesscase met drie capaciteitsscenario's; sponsoring vanuit de directie
- Pilotscope in twee weken afgestemd met vijf teams
- Functionele requirements, epics en user stories zelf geschreven
- Bijgestuurd naar semantic tagging, direct bruikbaar
- Nieuwe ontoloog aangetrokken toen het kernteam halveerde

Commerciële relevantie: personalisatie leest uit één gedeelde bron van betekenis in plaats van uit twintig handmatige stappen.

Volgende use case: rijke context voor het recommendermodel om de cold-start scenario uitdaging op te lossen.

CASE 1 · RESULTAAT

Wat aantoonbaar is gerealiseerd

PILOT

2.000	1.300	700	100
assets	producten	campagnes	klantprofielen

Verbonden in **200.000 triples**: gekoppelde gegevensregels die systemen en AI dezelfde betekenis geven.

PRODUCTIE-IMPLEMENTATIE

sep – okt 2025	Triplestore in productie
feb 2026	Ontologie opgeleverd
mrt 2026	Semantic tagging in het CMS mogelijk gemaakt, getoond in een business demo

De eerste leveranciersonafhankelijke RDF semantic layer van Albert Heijn

Mijn bijdrage

Richting en scope, requirements, planning, besluitvorming en afstemming tussen teams

Het team

Elf specialisten. Ontologen modelleerden ontologie en taxonomie; datamanagement en architectuur bewaakten de aansluiting

Technische implementatie

Engineers, DevOps en architecten bouwden de koppelingen en de triplestore

Commerciële relevantie: elke volgende use case, van GEO tot personalisatie tot recommender, bouwt voort op dezelfde bron.

CASE 2 · ALBERT HEIJN · APR 2024 – JUN 2026

Metadata en Content Hub: 200.000+ assets gemigreerd

De beslissing die het verschil maakte

Voorstel
Metadata afleiden uit bestaande bestandsnamen. Betekenis blijft afhangen van een conventie die per schakel verschilt.

→

Ingevoerd
De aanvrager vult velden in het bestelformulier; daaruit ontstaan metadata en bestandsnaam.

Wat ik concreet deed

- Assetbeleid, metadataschema en requirements, met per veld wie het vult
- Processen huidig en gewenst, met per stap welke rol wat doet
- Veldmapping, lijsten en taxonomieën voor de migratie

Wat is gerealiseerd

- Ruim 200.000 assets gemigreerd naar centrale Content Hub
- Naamgevingsconventie en asset types in productie
- Lunchlezing “Metadata voor Dummies” (30 deelnemers), workshops en training

Businessprobleem: elke overdracht gaf een nieuwe map en naamgeving, dus beelden werden opnieuw geüpload.

Commerciële relevantie: metadata ontstaat bij de bron, zodat campagnebeelden vindbaar en herbruikbaar zijn op elk kanaal.

CASE 3 · BETROUWBARE AI · GOVERNANCE EN ADOPTIE

Eigenaarschap en gedeelde betekenis organiseren

Eén begrip, één betekenis

Vier teams gebruikten dagelijks het woord **“week”**, elk met een andere betekenis:

creatieweek **campagneweek** **publicatieweek** **consumentenweek**

Ik liet het begrip vastleggen in het metadataschema.

Eén route voor wijzigingen

Rollen voor data owner, steward, custodian en user, plus een proces voor de centrale begrippenlijst:

Gebruiker signaleert → **Steward** werkt bij → **Owner** keurt goed

Besluitvorming

Businesscase met drie capaciteitsscenario’s, gevolgd door sponsoring vanuit de directie

Prioriteren

Gewogen op waarde, afhankelijkheden en capaciteit; wat niet paste, met uitleg geparkeerd

Adoptie

Content Engineering erkend als discipline; 20% minder terugkerend handmatig werk

Waarom dit AI betrouwbaar maakt: een model kan alleen kloppen als begrippen eenduidig zijn en iemand ze bewaakt.

CASE 3 · BETROUWBARE AI · TOEPASSINGEN

AI wordt bruikbaar zodra betekenis vastligt

In productie

Semantic layer

Ontologie en semantic tagging geven systemen dezelfde betekenis. Volgende use case: context voor het recommendermodel.

Mijn rol: projectleider en Product Owner

Geïmplementeerd op intranet

AI-assistent voor medewerkers

RAG-assistent voor vragen over interne berichten, HR-informatie en regelingen; gestart als hackathonprototype.

Mijn rol: taxonomie als gestructureerde context voor retrieval

PoC, besluit tot opschaling

GenAI-auto-tagging

Definities van ruim veertig AH-begrippen voor een GPT-4-PoC. De output werd accurater en relevanter.

Mijn rol: definities, context en beoordeling

Commerciële relevantie: AI-toepassingen spreken de taal van je organisatie en schalen zonder dat elke use case opnieuw begint.

Eigen praktijk: Claude, OpenAI API en Make.com, met vaste instructies, afgebakende bronnen en een reviewstap.

VERTALING NAAR UW ORGANISATIE

Wat dit kan betekenen voor uw organisatie

Mijn ervaring komt uit een grote retailorganisatie met veel content, producten, campagnes en kanalen. Dezelfde patronen zie ik terug in andere commerciële organisaties. Hieronder vier herkenbare vraagstukken en wat ik daaraan kan bijdragen.

Personalisatie op schaal

Elke variant per segment en kanaal vraagt handwerk van meerdere teams.

Mogelijke bijdrage: een semantische laag die content, producten, campagnes en segmenten verbindt.

Vindbaarheid en hergebruik

Content en beelden worden opnieuw gemaakt omdat niemand ze terugvindt.

Mogelijke bijdrage: een metadataschema met vulregels per veld, vastgelegd waar content ontstaat.

Gedeelde begrippen

Hetzelfde woord betekent per team iets anders.

Mogelijke bijdrage: eigenaarschap per begrip en één route voor wijzigingen.

Betrouwbare AI

AI-ambities rusten op content zonder eenduidige betekenis.

Mogelijke bijdrage: begrippen eerst, een afgebakende pilot en criteria om op te schalen.

Herkenbaar? Neem het vraagstuk mee naar een eerste gesprek; op de volgende pagina staat hoe ik dat aanpak.

WERKWIJZE

Van ambitie naar een eerste use case realiseren

01
Ambitie en businessvraag
Welke commerciële ambitie loopt vast, en wat moet over een jaar anders zijn?

02
Content, data en governance
Welke content en data bestaan er, in welke systemen, en wie is eigenaar?

03
Waarde en prioriteit
Welke knelpunten kosten de meeste tijd, omzet of snelheid, en wat levert als eerste op?

04
Businesscase en eerste stap
Een afgebakende pilot met eigenaar, planning, succescriteria en besluitmoment.

Principes waarmee ik werk

Betekenis vóór techniek. Eerst begrippen en eigenaarschap, daarna tooling.

Groot denken, klein beginnen. Een pilot op echte data, dan opschalen.

Leveranciersonafhankelijk. Open standaarden; de organisatie houdt haar kennis.

Wat u na de verkenning heeft: een onderbouwde keuze voor de eerste use case, met businesscase en roadmap.

TOOLS EN METHODEN

Waarmee ik o.a. heb gewerkt

Knowledge graph & semantic layer

Apache Jena · Gruff · Protégé · Neo4j · RDF · OWL · SKOS · SHACL · SPARQL · gist · TARQL

Content, assets en kanalen

Sitecore Content Hub · Bloomreach XM · MediaValet · JSON-LD · Schema.org · Dublin Core

Data, governance en cloud

Microsoft Purview · Azure · Databricks · Confluence · SharePoint · Microsoft 365

AI en automatisering

Claude · OpenAI API · Gemini · NotebookLM · Make.com · RAG · GPT-4-auto-tagging

Analyse en meten

GA4 · Search Console · A/B-testen · R · SPSS · Matlab

Agile en change management

Scrum (PSPO I) · Lean Six Sigma · Jira · draw.io · PoC en PoT · RACI · OKR

Geëvalueerd in vendorselectie: AllegroGraph, Stardog, Ontotext GraphDB, RDFox, Triply, TigerGraph, PoolParty, Conscia.ai.

SAMENWERKEN

Interim, consultancy en spreekopdrachten

01 Advies en strategie

Diagnose van het content- en datafundament, roadmap en businesscase voor personalisatie, CMS-, DAM- of AI-trajecten.

02 Project- en interimrollen

Projectleiding, Product Ownership en architectuur van content, metadata en data, van requirements tot adoptie.

03 Keynotes en workshops

Van complexiteit naar coherentie: waarom AI-ambities vastlopen op kennis die organisaties niet op orde hebben.

Recente podia

Frankwatching Content Conference
jun 2026 · beoordeeld met 5 uit 5

World IA Day London
mrt 2026 · Content as Linked Data

LocWorld Dublin
jun 2026 · panellid

Boye & Company en CMS Experts
2022–2026 · member calls en meetups

Frankwatching

BOYE & CO

REFERENTIES

Wat anderen zeggen

Case 1 · Semantic layer

"Rafaela played a key role in our organisation to implement future-proof content structures and introduce innovative concepts like domain models and knowledge graphs."

Group Product Manager Martech
Albert Heijn, mijn leidinggevende

Case 2 · Metadata en Content Hub

"Je zorgt ervoor dat iedereen betrokken is bij het neerzetten van de juiste (data)structuren. Dit zorgt ervoor dat meer collega's nadenken over de mogelijke en gewenste structuren binnen Content Hub en daarbuiten."

Product Owner, Albert Heijn
Collega in het Content Hub-traject

Case 3 · Eigenaarschap en adoptie

"Daarmee draag je bij aan het gevoel van gezamenlijk eigenaarschap en worden mooie resultaten geboekt."

Product Manager, Albert Heijn
Collega in e-commerce

Business sense

"Intelligent, strong business sense, great team player, can-do mentality and excellent communication skills."

Nu Head of Digital Innovation
Rapporteerde direct aan mij

E-commerce en commercie

"Rafaela is professioneel in haar werk en hoef je vaak maar één keer iets uit te leggen."

Nu co-owner, Pig & Hen
Was mijn leidinggevende in e-commerce

Leiderschap

"She was involved, driven and supportive. I liked how open and honest she communicated with me but also with other team members and stakeholders."

Nu Product Owner Conversie
Teamlid, ik was haar teamlead

KENNISMAKEN

Zullen we een inhoudelijk gesprek plannen?

Neem een concreet vraagstuk mee: personalisatie die vastloopt op handwerk, een migratie die eraan komt of een AI-toepassing zonder betrouwbare context.

E-mail
rafaela@the-ceagency.com

Telefoon
+31 6 11868477

LinkedIn
linkedin.com/in/rpellensburg

Website
rafaelaellensburg.nl
the-ceagency.com

Scan voor mijn LinkedIn-profiel

THE CONTENT ENGINEERING AGENCY