



ARTIFICIAL INTELLIGENCE ONTRAADSELD

Wat is kunstmatige intelligentie of artificial intelligence (AI) nou eigenlijk en welke mogelijkheden heeft AI voor het bedrijfsleven? Is het een hype die weer voorbijgaat of is het iets dat de effectiviteit en efficiëntie van bedrijfsprocessen blijvend zal beïnvloeden? Als je het idee hebt dat jouw organisatie met AI nieuwe kansen krijgt, hoe kun je AI dan op een goede manier integreren in jouw organisatie?

Bauhaus ArtTech ging in januari tijdens een van haar Executive Round Tables in Kasteel Heemstede in gesprek met IT-managers uit heel verschillende sectoren. John Gikopoulous, Artificial Intelligence Industry leader, was de gespreksleider. Hieronder enkele opmerkingen van deelnemers aan het gesprek:

- *"In onze organisatie gebruiken we robots (zelflerende software) voor werk dat eerder handmatig werd gedaan. Dat heeft de kwaliteit en de kwantiteit van het werk verbeterd. Is dit ook AI?"*
- *"AI is voor ons een hulpmiddel om relevante informatie die de zorg voor onze patiënten heel direct verbetert, te filteren uit een enorme hoeveelheid data."*
- *"Onze medewerkers zijn onderweg voor controle en onderhoud van meterkasten. De daaraan gekoppelde processen hebben we geautomatiseerd, dat leverde een tijdsparing op van 80% en de uitval door fouten is vrijwel nihil."*
- *"Disruptie is niet alleen het risico dat een startup een hele industrie ontwricht, ook als een van de Big 5 bedrijven besluit te starten in jouw bedrijfstak en 10% van je bedrijfsresultaat wegneemt, heb je een serieus probleem."*
- *"Nieuwe technologieën vergroten de productiviteit, dat leidt niet alleen tot de mogelijkheid van ander werk, maar ook tot steeds meer vrije tijd. Dat proces gaat steeds sneller, het wordt belangrijk dat we nieuwe manieren vinden om de welvaart te verdelen."*
- *"Ik ben na vanavond wel opgelucht, we hebben de boot nog niet gemist. We hebben een goede start gemaakt met onze data-analyses. Deze avond moedigt me aan hiermee door te gaan en nog meer waarde te creëren."*
- *"Wat ik vanavond gehoord heb, voelde ik zelf ook zo. Het is prettig daar bevestiging van te krijgen en er nu woorden aan te kunnen geven."*

Wat is artificial intelligence?

Wanneer je zoekt naar definities van artificial intelligence, vind je geen eenduidig antwoord. In verschillende definities worden steeds andere aspecten genoemd: 'AI is intelligentie getoond door machines' of 'Een computer die taken uitvoert (alsof die computer intelligent is)' of 'Het kunnen imiteren van menselijk intelligent gedrag door een machine'. Daarbij ligt het begrip AI dicht tegen andere begrippen aan, zoals 'digital transformation' waarbij het gebruik van digitale informatie niet alleen dient om te ondersteunen of te verbeteren, maar vooral om te innoveren. Bij 'robotic process automation' gaat het om automatisering van taken met software robots en bij 'data analytics' om het vinden van relevante informatie om besluitvorming te ondersteunen.

John Gikopoulos is van mening dat er op dit moment nog geen oplossing op de markt is die echt zelflerend is. De huidige programma's leren in die zin dat zij data kunnen verwerken en volgens een - door mensen gedefinieerd - algoritme kunnen bepalen wat bijvoorbeeld de beste respons op een vraag is. Statistische significantie is dan bepalend. Het gaat zowel bij een mens als bij een machine om de verbinding van punten. Hoe mensen 'intelligent' zijn is ook een manier van denken, er is geen magische synaps waarbij opeens iets nieuws ontstaat. Op een bepaald moment is de dokter of de advocaat niet intelligenter dan de statistische significantie van de eerdere ervaringen. Dan gaat statistische significantie dus over in wat we intelligentie noemen. Maar belangrijker dan wat iets precies is, is wat de waarde is die je ermee kan creëren.

Het automatiseren van kenniswerk gaat het bedrijfsleven ingrijpend veranderen

Waar het om gaat is dat jouw organisatie verschillende AI-technologieën ter beschikking staan om waarde te creëren en om de ambities van jouw organisatie waar te maken. Het automatiseren van kenniswerk wordt gezien als de op een na belangrijkste technologische ontwikkeling (na het mobiel internet) die het bedrijfsleven op korte termijn ingrijpend gaat veranderen. Wanneer je een bepaalde technologie om kenniswerk te automatiseren overweegt, is het handig deze in een kader te kunnen plaatsen. Wanneer je de verscheidenheid aan technologieën kent, kun je namelijk eenvoudig bepalen hoe makkelijk en hoe snel je een bepaalde oplossing in jouw organisatie werkend krijgt en wat die oplossing je gaat opleveren.

Zowel met een script om automatisch formulieren in te vullen, met een digitale assistent die je klanten te woord staat als met een systeem dat je beslissingen ondersteunt door geleerd te hebben van eerdere ervaringen, kun je waarde creëren. Het gaat erom dat de verschillende technologieën veranderingen in jouw organisatie tot stand kunnen brengen die waarde hebben. Daarbij is voor het vertrouwen in het project van belang dat op korte termijn resultaat blijkt. Wanneer je 3 tot 6 maanden bezig bent en te lang naar verschillende mogelijkheden blijft kijken, verliezen mensen hun vertrouwen in het project. Als je eenmaal hebt laten zien, dat wat je ook hebt, waarde heeft voor de organisatie, kun je daarna weer verder. Dit betekent overigens niet dat je als een kip zonder kop maar gewoon ergens moet beginnen. John raadt aan een paar stappen te volgen.

Wat vindt het publiek ervan?

Nieuwe technologieën leren we pas goed begrijpen wanneer het grote publiek ermee te maken krijgt. Het Antiblokkeersysteem (ABS) bestond al jaren in de Formule 1, maar pas toen het in personenauto's werd toegepast, leerden we dat het levens kon redden. Het grote publiek beschouwt fenomenen als Apple Homepod, Google Home, Cortana en Siri nu als artificial intelligence. Terwijl het eigenlijk niet meer is dan spraak herkennen, omzetten naar tekst en zoeken in databases; in essentie niet iets anders dan dat wat er al was.

Met deze middelen worden tot nu toe vooral data verzameld. Er zit nog niets achter waarmee wordt geleerd je beter van dienst te zijn. Er zit alleen een verhaal en een belofte achter. In het businessmodel van de leveranciers gaat het ook niet om deze producten, maar om de data die zij ermee verzamelen. Hoe meer apparatuur je eraan koppelt, hoe meer zij over jou leren. Het is eigenlijk verbazingwekkend dat mensen voor een hip product zo makkelijk hun privacy opgeven; dat een apparaat herkent wat je zegt, betekent dat het continu naar je luistert.



Welke stappen neem je om AI op een goede manier te integreren in jouw organisatie?

Stap 1 - Visie

Wat proberen we te bereiken? Welk kwalitatief en kwantitatief effect hebben we voor ogen voor de organisatie en voor klanten? Welke ambitie maken we waar met deze AI-oplossing?

Stap 2 - Waardecreatie

Welke waarde zullen we met deze oplossing creëren? Wat zijn de uitdagingen die we hebben, welke problemen kunnen we hiermee oplossen? Wat maakt de implementatie makkelijker of moeilijker?

Stap 3 - Selectie

Waar gaan we beginnen? Welke use cases hebben we? Welke weg is logisch als we per use case kijken naar het potentiële effect, de technische haalbaarheid en inschatten of de organisatie er klaar voor is.

Stap 4 - Aanpak

Hoe gaan we het organisatorisch regelen? Welke vaardigheden en rollen hebben we nodig? Wie zijn de stakeholders, in de business en in de IT?

Praktische overwegingen

Wanneer je een activiteit niet meer (volledig) door mensen wilt laten verrichten, maar met AI wil ondersteunen, is er een aantal bouwblokken waar je gebruik van kunt maken:

- 'Conversational intelligence'. Het kunnen herkennen van taal en dat kunnen omzetten naar tekst, verstaan wat iemand zegt te willen. Begrijpen waar iemand echt naar op zoek is, gaat weer een stap verder; dat is een van de uitdagingen voor AI.
- 'Customer experience'. De interactie van klanten met medewerkers vervangen door interactie met computers. Probeer niet alle interacties in een keer te vervangen (dat gaat lang duren en de kans op succes is klein), maar richt je eerst op een bepaalde activiteit die het meest van belang is voor de klantbeleving.
- 'Advanced learning'. Zoals al eerder aangegeven, is er in de markt nog geen echt zelflerende oplossing, er worden nog algoritmes gebruikt. Maar met de oplossingen is al wel groei in effectiviteit mogelijk, algoritmes passen zich aan nieuwe data aan.
- 'Analytics & Reporting'. De resultaten van data-analyses kunnen zien, data kunnen monitoren, vaak ter ondersteuning van besluitvorming.
- 'Process automation'. Het automatiseren van administratieve processen. Dit is de meer traditionele focus van digitale transformaties. De valkuil hierbij is dat er mensen ingehuurd worden om een proces te automatiseren, terwijl het proces zelf slecht is opgezet.

Bij AI-projecten gaat het vaak niet om de technologische discussie. Mensen hebben verwachtingen van de resultaten, wat zal het effect zijn, hoe snel zal de productiviteit verhogen of zal de kwaliteit verbeteren. In deze projecten is het cruciaal om de verwachtingen goed af te stemmen. Een vraag die dan natuurlijk relevant is, is wat de organisatie gaat doen met de extra efficiëntie en effectiviteit. Wordt het project gezien als een manier om besparingen te realiseren of worden de besparingen opnieuw geïnvesteerd om extra waarde te creëren? Er komt menskracht vrij om nieuwe uitdagingen aan te kunnen gaan; hoe wordt dat straks ingericht in de organisatie?

Tot besluit

Op het moment is het in het bedrijfsleven zeker hip met AI te starten en dat lijkt geen voorbijgaande hype te zijn, AI gaat blijvend veel veranderen. In ieder tijdvak is er wel sprake van een bepaalde ontwikkeling, AI is dé verandering in deze tijd. Tegelijkertijd blijkt de manier om zo'n nieuwe ontwikkeling goed in je organisatie te integreren, niet heel anders te zijn dan voor een willekeurig ander project. Bauhaus ArtITech doet veel verandertrajecten en daarbij zijn de stappen vergelijkbaar met de stappen die in dit kader zijn genoemd. Ook bij AI-projecten helpt Bauhaus ArtITech organisaties graag om te waarborgen dat met het project daadwerkelijk waarde wordt gecreëerd.

