

00:00:47.962 --> 00:01:16.712

Anouk Wolters

Goed, ik ben dus momenteel bezig met mijn master thesis voor de Master complex Systems engineering en management aan de TU Delft en ik onderzoek hier voor de ontwikkeling en het gebruik van machine learning als socio technische systemen. En dat houdt in dat ik niet Alleen kijkt naar de machine learning modellen zelf, maar ook hoe zo'n model geïntegreerd wordt in een sociale context. En in dit interview wil ik er graag achter komen hoe het ontwikkelen van een machine learning use case In de praktijk in zijn werk gaat.

00:01:17.022 --> 00:01:25.012

Anouk Wolters

En wil kijken in hoeverre de socio technische dimensies die ik heb geïdentificeerd, de literatuur, hoe die je ook terugkomen In de praktijk.

00:01:25.702 --> 00:01:43.322

Anouk Wolters

En waar ik uiteindelijk naartoe werken in mijn thesis is het ontwerpen van een methode of proces waarmee deze manier van denken dat social technische perspectief kan worden ingebracht In de machine learning development praktijk om uiteindelijk bij te dragen aan een veilig en verantwoord gebruik van machine learning.

00:01:44.422 --> 00:01:52.312

Anouk Wolters

En ik zou het tijdens dit interview graag willen hebben over the next best action engine die jullie Samen met [external ML engineering/consulting firm] hebben opgesteld.

00:01:53.222 --> 00:01:55.992

Anouk Wolters

En ja, dus dat even ter introductie.

00:01:56.592 --> 00:01:56.892

Marketeer

Oké.

00:01:58.402 --> 00:01:58.622

Marketeer

Ja.

00:02:00.332 --> 00:02:05.222

Anouk Wolters

Zou jij even kort kunnen vertellen wat jouw rol is bij [de bank]?

00:02:05.402 --> 00:02:08.152

Marketeer

Ja, ik ben marketeer.

00:02:09.882 --> 00:02:11.232

Marketeer

We hebben bij [de bank].

00:02:12.682 --> 00:02:44.112

Marketeer

Een team van ongeveer nou 22 Mensen kan ook iets meer iets minder zijn, maar rond dat aantal Mensen die zich bezighouden met marketing. Er zijn verschillende disciplines in betrokken, hè? Dus bijvoorbeeld data intelligence mensen, maar ook content Mensen. Maar kon Mensen Mensen een Digital achtergrond die bezig zijn met het ontwikkelen van de app van de websites van internet banking, dat soort Zaken en de de generalisten in dat team, dat zijn gewoon de marketeers. Daar zijn er 3 van, dan ben ik daar een van.

00:02:44.682 --> 00:02:50.162

Marketeer

En, ik doe dat voor alles wat met private banking en beleggen en hypotheek te maken heeft.

00:02:50.962 --> 00:03:04.802

Marketeer

En, ik heb nog twee collega's, dus de ene die doet alles wat met sparen en betalen voor particulieren te maken heeft en Er is nog een segment marketeer die zich bezighoudt met alles met zakelijk te maken. Zakelijke dienstverlening, zakelijk betalingsverkeer zou hebben dat een beetje opgesplitst.

00:03:05.762 --> 00:03:06.612

Anouk Wolters

Oké duidelijk.

00:03:08.662 --> 00:03:15.612

Anouk Wolters

En, zou je ook je rol en verantwoordelijkheden in het ontwikkelen van de NBA case kunnen beschrijven.

00:03:16.762 --> 00:03:23.712

Marketeer

Ja dus dat die NBA case, Dat is een hè? Dat is een module die we inzetten om.

00:03:28.012 --> 00:03:44.332

Marketeer

De ondersteuning van de commerciële ontwikkeling van beleggen bij ons en dan met name aan de retail kant. Dus We hebben binnen beleggen heb je private banking, Dat is zeg maar, voor de vermogende doelgroep. En die NBA engine, dat is op de ondersteuning van de ontwikkeling van de Van de retail kant van beleggen.

00:03:46.982 --> 00:03:58.302

Marketeer

Beleggen is een heel belangrijk product voor ons verschillende redenen. Het is een product

waar we heel veel impact meer kunnen genereren, dus heel veel impact kunnen maken.

00:04:00.802 --> 00:04:26.292

Marketeer

Waar klanten ook echt zelf heel erg nadrukkelijk een keuze kunnen maken voor wat voor type impact vind ik nou belangrijk, waar wil ik nou voor gaan en hoe kan hè? Het is een heel mooie manier om enerzijds je vermogensopbouw en het behalen van je financiële doelen te combineren met hele specifieke en en ook best wel forse impact. Dus Daarom is volgens beleggen is belangrijk. Het is bovendien een product wat?

00:04:27.372 --> 00:04:32.732

Marketeer

geen kapitaalbeslag heeft of wat hè off balance dus dus.

00:04:34.182 --> 00:04:44.462

Marketeer

Het genereert fee inkomen wat in deze tijden van de hele lage rentemarges heel prettig is voor voor iedere bank en zeker ook voor ons. Dus beleggen is een belangrijke propositie.

00:04:45.282 --> 00:04:51.722

Marketeer

En die NBA engine is eigenlijk een van de middelen die we inzetten om onze retail doelgroep in zijn In de breedte.

00:04:53.442 --> 00:04:58.972

Marketeer

Ja te triggeren op dat beleggen potentieel ja interessant voor ze zou kunnen zijn.

00:05:00.342 --> 00:05:14.442

Marketeer

En daar een aantal kenmerken op die retail doelgroep en als er een mooie ja, Ik noem maar even samenloop van omstandigheden is, hè? Waarin het het converteren van een retail klant naar beleggen toe kansrijk is dan.

00:05:15.342 --> 00:05:20.642

Marketeer

Dan triggert die engine die Triggert een aantal berichten.

00:05:21.982 --> 00:05:25.952

Marketeer

waarin we Mensen meenemen in wat beleggen voor ze zou kunnen betekenen.

00:05:27.792 --> 00:05:28.012

Anouk Wolters

OK.

00:05:30.712 --> 00:05:36.232

Anouk Wolters

Met welke rollen heb jij samengewerkt tijdens je werk voor deze use case?

00:05:40.142 --> 00:06:03.212

Marketeer

Met even kijken nou binnen het team van marketing waar de Mensen van data intelligence betrokken. De Mensen van marcom, dus ze zijn ook communicatie adviseurs zijn de Mensen die de uitingen gemaakt hebben die we in die in die engine hebben verpakt en die we versturen. Mensen van het centrale competentiecentrum voor alles wat met data te maken heeft binnen [de bank], op het hoofdkantoor zitten die dus daar kom ik heel veel.

00:06:15.762 --> 00:06:29.532

Marketeer

Dat is beheren, zou je kunnen zeggen, van het datalake. Het is niet echt een datalake dat we hebben, maar beheren een hele set aan aan databases en ook de tools die nodig zijn om door die database heen te snijden en daar inzichten uit te halen. Die mensen waren betrokken.

00:06:30.252 --> 00:06:33.672

Marketeer

Natuurlijk de Mensen van [external ML engineering/consulting firm], die hebben een heel hele grote rol gespeeld.

00:06:36.352 --> 00:06:53.742

Marketeer

Dan een aantal Mensen In het management, dus de verantwoordelijke commercieel verantwoordelijke voor beleggen en private banking was daarbij betrokken, niet heel erg intensief hoor, maar die wist zeker van het bestaan van het Van het traject en heeft een aantal zaken goedgekeurd. Hoofd marketing ook.

00:06:54.772 --> 00:06:56.982

Marketeer

Met de belangrijkste stakeholders waar we binnen de bank.

00:06:57.602 --> 00:06:58.612

Anouk Wolters

Ja oké.

00:06:59.592 --> 00:07:05.582

Anouk Wolters

En, zou je me wat kunnen vertellen over hoe het begin van dit project eruit zag, was jij al vanaf het begin betrokken.

00:07:08.602 --> 00:07:10.242

Marketeer

Ja, denk ik wel. Ja.

00:07:13.782 --> 00:07:15.852

Marketeer

Even terug te blikken, terug denken hoor.

00:07:21.502 --> 00:07:34.482

Marketeer

Hele tijd geleden, dus hoe dat precies? Hoe dat balletje nou precies aan het rollen is gegaan? [external ML engineering/consulting firm], die waren bij ons binnen die hebben, die hebben ons geholpen, volgens mij redelijk aan het begin om.

00:07:36.662 --> 00:07:46.172

Marketeer

om te kunnen meten wat de klant waarde is over de hele duur van de relatie van een klant met [de bank].

00:07:49.092 --> 00:07:50.802

Marketeer

Dus Het is customer life time value.

00:07:51.242 --> 00:07:51.592

Anouk Wolters

Ja.

00:07:52.322 --> 00:08:14.212

Marketeer

Dat hebben ze. Daar hebben ze methodiek voor ontwikkeld, hebben ze segmenten in aangebracht. Dat je daar hè, dat je dat kan doorsnijden en hebben alle, zeg maar is een hele forse investering, zeg maar in tijd en energie om dat bottom up naar de oppervlakte te krijgen. Hoe die customer lifetime value, het verschil tussen verschillende klanten segmenten die we bedienen.

00:08:17.042 --> 00:08:23.932

Marketeer

En daarna zijn ze binnen gebleven en hebben we ons op allerlei verschillende gebieden geholpen en één daarvan was.

00:08:24.792 --> 00:08:34.972

Marketeer

Wat we al een tijd willen bij voor beleggen, willen we altijd weg van, zeg maar echt individuele campagnes, klassieke campagnes naar always on

00:08:36.652 --> 00:08:39.772

Marketeer

Zowel zeg maar naar buiten toe. Dus ja, hè?

00:08:40.982 --> 00:08:50.472

Marketeer

Digitale platformen en op zoekmachines en op social media platformen always on aanwezig zijn op relevante momenten voor relevante klantgroepen.

00:08:51.312 --> 00:09:01.352

Marketeer

Dat always on idee zou je Natuurlijk ook naar binnen toe kunnen halen en kunnen kijken, hoe kun je nou always on het maximale uit je bestaande klantengroep halen?

00:09:02.192 --> 00:09:07.042

Marketeer

En, daar hebben ze op meegedacht en toen kwam er heel snel, zeg maar trigger based klanten benaderen of ja, op basis van de next best action klanten benaderen. Zo is het balletje volgens mij aan het rollen gegaan. Het heeft er ook mee te maken dat we Natuurlijk.

00:09:19.292 --> 00:09:29.972

Marketeer

Ja zowel de Mensen van [external ML engineering/consulting firm]en we hebben samengewerkt [employee external ML engineering/consulting firm] en [employee external ML engineering/consulting firm] en nou nog een aantal Mensen, [employee external ML engineering/consulting firm] hebben samengewerkt bij [other consulting firm] en hebben we Natuurlijk een aantal keren, ook dat soort.

00:09:31.532 --> 00:09:35.402

Marketeer

Ontwikkelingen hebben neergezet voor andere bedrijven, voor klanten toen der tijd.

00:09:36.462 --> 00:09:42.472

Marketeer

En dus we waren bekend met de mogelijkheden daarvan, dus zo zijn we er ook op gekomen.

00:09:48.422 --> 00:09:49.212

Anouk Wolters

Even kijken.

00:09:50.962 --> 00:09:54.642

Anouk Wolters

Zou je nog wat meer over kunnen uitweiden Waarom dit?

00:09:55.542 --> 00:09:57.782

Anouk Wolters

Model is ontwikkeld wat het doel ervan is.

00:09:59.742 --> 00:10:11.202

Marketeer

Doel ervan is om Zonder dat je daar iedere keer heel veel handmatig werk voor hoeft te verrichten om op het juiste moment.

00:10:12.142 --> 00:10:19.632

Marketeer

Het meest kansrijke groepje klanten uit je retail base met de juiste

00:10:20.262 --> 00:10:35.382

Marketeer

Boodschappen te benaderen. Met als doel om in ieder geval te informeren en nou ja, binnen binnen de grenzen van wat kan en mag enzo ze ook te enthousiasmeren om naast betalen en sparen hè, wat ze al bij ons doen om ook te gaan beleggen.

00:10:36.672 --> 00:10:37.952

Marketeer

En, we kijken dus naar.

00:10:39.572 --> 00:10:55.082

Marketeer

Aantal factoren Ik kan je zo niet de hele lijst met factoren opnoemen, hoor. Waarom er gekeken, want Het is best wel best. Dat zit een beetje meer onder motorkap. Maar bijvoorbeeld hè, wat is de leeftijd van een klant? Wat is het totale saldo van een klant? Hoe heeft zich dat over de afgelopen tijd ontwikkeld?

00:10:55.722 --> 00:11:01.962

Marketeer

Ja, er wordt ook gekeken naar externe factoren zoals, wat is de dynamiek op de beurs op dit moment, hè? Daar wordt van metingen van gedaan.

00:11:03.682 --> 00:11:15.342

Marketeer

En op basis van al dat soort factoren wordt er een soort van conversie kans berekend. En als die conversie kans voor die klant boven een bepaalde grenswaarde komt, dan komt hij In het bakje.

00:11:16.722 --> 00:11:19.212

Marketeer

Terecht waarin we die klant automatisch mailen.

00:11:20.032 --> 00:11:41.962

Marketeer

Tenminste ik zeg automatisch, maar dan komt hij in een bakje en dan moet er nog steeds wel een aantal handmatige acties worden worden gedaan om ook daadwerkelijk te kunnen bereiken. Maar dat hele bepalen van oké, wanneer heeft een kans? Wanneer heeft een klant een goede conversie kans? Wanneer is het juiste moment die kans om de klanten benaderen? Dat is wat het model voor ons doet en Dat was ook de doelstelling ervan.

00:11:42.612 --> 00:11:42.852

Anouk Wolters

Ja.

00:11:43.472 --> 00:11:44.482

Marketeer

Dus daar zijn we heel blij mee.

00:11:45.352 --> 00:11:45.772

Anouk Wolters

Oké.

00:11:46.482 --> 00:11:54.052

Anouk Wolters

En voordat Er is begonnen aan de ontwikkeling hiervan, zijn er dan ook bepaalde requirements of criteria opgesteld?

00:12:00.082 --> 00:12:18.362

Marketeer

Volgens mij komt wat meer, dus We zijn begonnen met gewoon Er is zeg Maar de strategische gewoon 1 grote behoefte om beleggen te ontwikkelen ten opzichte van betalen en sparen. Dan heeft gewoon te maken met hoe de bottom line van de Van de Bank in elkaar zitten en wat waar.

00:12:19.422 --> 00:12:23.032

Marketeer

Ja vanuit impact, maar ook zeker vanuit financieel oogpunt waar de kansen liggen.

00:12:23.492 --> 00:12:23.842

Anouk Wolters

Ja.

00:12:24.642 --> 00:12:27.372

Marketeer

Dus Dat was echt wel het startpunt, en toen zijn we.

00:12:30.222 --> 00:12:39.822

Marketeer

Ja, volgens mij zijn we toen ook best wel weer eerst gaan kijken van oké, maar welke kansen zitten? En dan hè, Als je met [external ML engineering/consulting firm] praat, dan praat je over data en over hoe je data op een zinvolle manier commercieel kan inzetten.

00:12:41.372 --> 00:12:42.982

Marketeer

Waar liggen dan de kansen.

00:12:44.542 --> 00:12:45.632

Marketeer

en zijn we toen



00:12:48.512 --> 00:12:50.502

Marketeer

Vanuit die data eigenlijk gaan

00:12:51.762 --> 00:12:53.642

Marketeer

Gaan gaan uitvinden.

00:12:54.312 --> 00:12:58.092

Marketeer

Wat een, wat een wat een kansrijke richting is. Zo heb ik in ieder geval in herinnering.

00:12:58.662 --> 00:12:59.022

Anouk Wolters

Ja.

00:12:59.312 --> 00:13:01.452

Marketeer

Dus het niet zo dat we dat we elkaar echt

00:13:03.012 --> 00:13:29.242

Marketeer

gevonden hebben op een heel specifiek afgebakend doel van wij willen graag een NBA engine en dat moet voldoen aan deze deze deze criteria, Maar het was meer een soort van organisch, hè? We hebben het CLV project dat customer Life cycle project hebben we achter de rug, daar willen we in, daar willen we stappen in zetten, We willen beleggen ontwikkelen. Hoe kunnen we dan die data die we die We hebben zinvol inzetten om dat doel te bereiken?

00:13:29.952 --> 00:13:37.912

Marketeer

Was meer en toen toen, toen dat concreter werd. Toen zijn we Natuurlijk wel gaan kijken aan welke voorwaarden moet dan voldoen en dat ik welke requirements hebben we dan?

00:13:30.102 --> 00:13:30.382

Anouk Wolters

Ja.

00:13:40.632 --> 00:14:01.802

Marketeer

Dus daar zit ja een hele organisatorische en technische requirements en commerciële requirements. Die zijn er allemaal wel gekomen, Maar dat was niet echt een. Dat was niet echt het startpunt. Volgens mij het startpunt was meer. We hebben een bepaald soort van ambitie en doel wat We willen bereiken en hoe kunnen we dan met de Mensen die we nu hè om ons heen hebben en de data die We hebben, hoe kunnen we dat doel bereiken?

00:14:02.792 --> 00:14:10.442

Anouk Wolters

Ja ja ja, en toen er op een gegeven moment, dus wel requirements werden opgesteld. Had jij hier dan zelf ook een rol in? Wat was jouw weer?

00:14:11.952 --> 00:14:15.202

Marketeer

Ja, ja, dan heb ik een rol gehad.

00:14:17.262 --> 00:14:30.092

Marketeer

Volgens mij is het zijn, hè, zijn die die die stakeholders die we net al eventjes bespraken? Die zijn allemaal vanuit hun eigen invalshoek daarvoor benaderd en gepolst. Dus bijvoorbeeld, ik heb niet heel veel kaas gegeten van.

00:14:31.162 --> 00:14:46.472

Marketeer

De technische mogelijkheden en beperkingen binnen hè? De systemen die We hebben, dus daar heb ik helemaal niet mee bemoeid, Maar ik heb wel meegedacht over wat je vanuit commercieel oogpunt zou willen bereiken en wat dat wat daar dus de requirements zijn en ook wel.

00:14:48.042 --> 00:14:50.852

Marketeer

Ja, welke type klanten dan überhaupt, hè?

00:14:52.462 --> 00:15:10.132

Marketeer

Zouden kunnen overwegen of zouden meenemen in scope van dit verhaal Natuurlijk. Het gaat over ook aan de voorkant, zeg maar wat klanten ervan meekrijgen, wat voor uitingen hebben we nodig afgegeven wat voor conversie paden willen we gebruiken? Dus daar ben ik betrokken geweest, ja.

00:15:11.182 --> 00:15:12.002

Anouk Wolters

Dan zou je vanaf.

00:15:11.382 --> 00:15:11.692

Marketeer

Ja.

00:15:13.272 --> 00:15:13.592

Marketeer

Leergang.

00:15:14.632 --> 00:15:20.422

Anouk Wolters

Zou je Misschien een paar voorbeelden geven kunnen geven van requirements, die dan vanuit jouw rol?

00:15:21.252 --> 00:15:22.052

Anouk Wolters  
Zijn opgesteld.

00:15:24.782 --> 00:15:25.282

Marketeer  
Weet je?

00:15:30.432 --> 00:15:31.292

Marketeer  
Even denken, hoor.

00:15:36.272 --> 00:15:42.862

Marketeer  
Nou, ja, Ik vind het moeilijk om het echt Dat is, daar zit een beetje te lang geleden voor om dat echt heel wat over op zijn lepelen, maar.

00:15:44.552 --> 00:16:03.712

Marketeer  
Nou, Als je het hebt over welke type klanten wil je wil je bereiken, dan zal ik ongetwijfeld zeg maar hebben omkaderd dat we klanten binnen de binnen de leeftijd van zeg even 30 tot 60 en met deze deze productmix en deze en deze.

00:16:05.232 --> 00:16:08.862

Marketeer  
Totale balans bij de bank en of we wel of geen.

00:16:11.382 --> 00:16:24.052

Marketeer  
Ik wil wel of geen klanten met product ABC wilde opnemen en of het wel of niet wenselijk is dat we bijvoorbeeld beursklimaat meewegen In de beslissing om klanten te benaderen of niet?

00:16:25.782 --> 00:16:27.752

Marketeer  
Ook wel waken voor dat je niet

00:16:29.702 --> 00:16:31.452

Marketeer  
Dat je niet in een soort van bias

00:16:33.462 --> 00:16:47.102

Marketeer  
Die teveel een soort van bias selecteert in dit ding dat je wel iedereen. Ja, hoe zeg je dat? Een eerder kans is een beetje gek, Maar dat je niet ongemerkt Alleen maar een hele smalle subset van je klanten hiermee benadert of zo hè dat je?

00:16:46.802 --> 00:16:47.042

Anouk Wolters

Ja.

00:16:48.252 --> 00:17:14.712

Marketeer

Daar ben ik mee bezig geweest en en en ook wat ik al zei, hè, gewoon wat wat oké, Als we deze klanten willen benaderen wat willen we die mensen dan vertellen en hoe zorgen we ervoor dat dat ook binnen de kaders van de wet met de regelgeving voor beleggen blijft dat we ze niet teveel gaan adviseren, Maar dat we ze meer triggeren op zelf nadenken over wat zou beleggen hè? Wat zou dat kunnen betekenen voor je en zouden eventueel bij je kunnen passen, Maar dat we ook wegblijven bij.

00:17:15.332 --> 00:17:20.882

Marketeer

een Klant kan Natuurlijk de indruk krijgen als hij benaderd wordt dat wij hem adviseren om dit te gaan doen, Maar dat is niet, Dat is niet aan de orde.

00:17:21.942 --> 00:17:23.552

Marketeer

Dus daar moet je altijd vrij alert op zijn.

00:17:24.572 --> 00:17:27.792

Marketeer

Dat is denk ik wat dat betreft de rol die Ik heb gepakt. Ja.

00:17:28.632 --> 00:17:34.632

Anouk Wolters

Oké en is er ook later dan een later stadium ook nog geëvalueerd of aan aan de.

00:17:35.262 --> 00:17:39.332

Anouk Wolters

Input die je had gegeven en requirements voldaan is?

00:17:39.672 --> 00:17:42.292

Marketeer

Ja, ja ja, ja, We hebben.

00:17:44.672 --> 00:17:53.622

Marketeer

We evalueren dat ding vrij regelmatig en We hebben zeker toen die net live was hebben we ja Natuurlijk van heel goed In de gaten gehouden. Of dat model

00:17:57.212 --> 00:18:01.572

Marketeer

Opleverde of het of het uitleverde, zeg maar waar we.

00:18:02.312 --> 00:18:06.052

Marketeer

Wat we verwachten of het zijn werk goed doet.

00:18:08.992 --> 00:18:13.182

Marketeer

En ook hè? Bijgestuurd op parameters In het model als er bijvoorbeeld.

00:18:15.352 --> 00:18:21.032

Marketeer

Vooral In de aanloopfase toen het net toen het net live ging hadden we ermee te maken dat je dan.

00:18:21.812 --> 00:18:46.282

Marketeer

Als je voor het eerst die metingen gaat doen, dat je dan een soort van groot stuwmeer hebt en dat het dus het model geneigd is om te veel te veel resultaten te leveren, bijvoorbeeld, dus hebben we bijgestuurd aan het begin de lat voor zeg maar de conversie kans hoger hadden liggen en dat werd langzamerhand in zijn gaan afzakken om het aantal klanten wat we ermee bereikten wat behapbaar te houden.

00:18:49.442 --> 00:18:53.882

Marketeer

Ja, dus We hebben wel ja geëvalueerd of dat ding doet wat het moet doen.

00:18:54.832 --> 00:19:16.022

Marketeer

En, We zijn nou ja, een ander voorbeeld. Dat is dan meer op op kwalitatieve aspecten. weet niet of dat voor jou ook interessant is, Maar we merken dat we bijvoorbeeld nu in die in die in die mail stroom die we dan aftrappen dat daar nu bepaalde uitingen in zitten die we eigenlijk niet willen versturen. Dus wat dat betreft kijk er ook wel naar van wat wat wat voor boodschap levert dat dan op naar klanten en is dat nog iets waar we ons in kunnen vinden?

00:19:16.842 --> 00:19:19.612

Anouk Wolters

Ja, want als nu de?

00:19:21.642 --> 00:19:31.392

Anouk Wolters

Voor iemand wordt bepaald van oké, Dit is een klant die, wellicht een mail zou kunnen ontvangen. Hoe wordt dan bepaald welke mail vervolgens wordt gestuurd?

00:19:28.732 --> 00:19:28.992

Marketeer

Ja.

00:19:31.592 --> 00:20:01.652

Marketeer

Er is 1 flow, dus er is één smaak en die bestaat uit 3 uitingen. Die eerste uiting is heel erg gewoon triggerend informerend, dus dat gaat echt over. Nou ja, dat überhaupt hè? Wat is beleggen überhaupt en waar moet je aan denken? Wat voor kansen en risico's zijn er? En dan gaan we in de tweede en de derde gaan we wat meer praten over, hoe kun je daar dan zelf mee beginnen en wat kan het voor jou betekenen? En de derde is meer oké, heel concreet, wat voor stappen moet je zetten om?

00:20:01.742 --> 00:20:09.092

Marketeer

ermee te starten, hoe open je rekening, dus Het gaat van informeren naar converteren, maar die mail flow die zijn voor iedereen hetzelfde.

00:20:09.842 --> 00:20:20.082

Anouk Wolters

Oké en is het ook altijd, zelfs iemand uit het model komt om om benaderd te worden, dat die altijd die 3 uitingen ook krijgt. Of kan het ook zijn dat Alleen de eerste gestuurd wordt?

00:20:22.902 --> 00:20:29.692

Marketeer

Volgens mij stoppen we als die converteert, dus Als je op de eerste uitingen converteert, dan krijgt hij volgens mij de tweede derde niet niet uitgeleverd.

00:20:31.582 --> 00:20:41.652

Anouk Wolters

En waren er ook bepaalde kwaliteitsvoorwaarden vanuit de bank waaraan het toen moest worden voldaan. Bij de ontwikkeling van deze case?

00:20:48.482 --> 00:21:10.082

Marketeer

Kwaliteitsvoorwaarden, Ik weet niet of Dat is waar je op doelt, Maar we zitten Natuurlijk met met deze dienstverlening in heel strak kader van regelgeving. Daar moet het aan voldoen. Dat is niet iets wat de bank, we hebben natuurlijk naar ons eigen policies voor, dus Dat is ook wat ik een beetje aanhaalde met. Nou ja, gewoon de inhoud van de boodschap die die je stuurt.

00:21:10.812 --> 00:21:14.442

Marketeer

Je moet die moet aan allerlei voorwaarden voldoen, en Als je.

00:21:15.422 --> 00:21:40.292

Marketeer

Maar nogmaals, Dat is denk ik. Dat is kwalitatief en meer wat de klant er wat wat wat de klant tot zich neemt. Dat moet in balans staan, hè? Dus Als je het hebt over kansen en voordelen, dan moet je ook bedreigingen en risico's moet je in dezelfde uiting en eventueel ruimte geven. Je mag niet adviseren, je mag niet bepaalde fondsen, bepaalde producten meer ruimte geven dan anderen. Dat zijn allemaal zaken waar we aan moeten we voldoen.

00:21:40.792 --> 00:21:44.272

Anouk Wolters

Van het welke organisatie worden dat soort regelgeving opgelegd?

00:21:44.602 --> 00:21:45.142

Marketeer

AFM.

00:21:46.042 --> 00:21:46.592

Marketeer

Met name.

00:21:47.442 --> 00:21:56.992

Marketeer

Ja en dat vertalen we Natuurlijk zelf wel door, dus hebben we zelf ook een verantwoordelijkheid in. Maar de AFM is de instantie die het meest, hè? Dus die die die?

00:21:57.892 --> 00:22:28.332

Marketeer

Die dat soort gedragsregels aan de financiële sector oplegt hoe je je richting je klanten hebt te verhouden bij bepaalde soorten van dienstverlening. Dus wij bieden voor deze klanten. Dat is zeg maar zelf beleggen hè? Dus execution only, dan mag je beslist niet adviseren. Je mag niet product push doen of doel redenaties van dat het als als Dat is wel een risico wat we af en toe lopen hè dat je de indruk geeft dat een bepaald product heel erg bij jou past, dan ga je eigenlijk al een een grens over.

00:22:28.392 --> 00:22:29.102

Marketeer

Van wat mag?

00:22:30.002 --> 00:22:30.382

Anouk Wolters

Oké.

00:22:31.902 --> 00:22:46.102

Anouk Wolters

En, als er dus een machine learning model wordt geïntroduceerd, zijn dit soort externe regelgeving en kaders heeft dat dan ook een andere relatie dan als er geen machine learning model is?

00:22:47.542 --> 00:22:53.632

Marketeer

Ja Misschien wel, Omdat je Als je met Misschien learning Als je echt los zou gaan, zeg maar. Dan is Natuurlijk heel erg aantrekkelijk om.

00:22:54.942 --> 00:22:55.702

Marketeer

Dan ook.

00:22:58.652 --> 00:23:26.082

Marketeer

Er zullen vanuit data ongetwijfeld links te maken zijn naar hè? Vanuit het demografische kenmerken of We hebben. Sinds kort hebben we bsr data aan onze klanten gekoppeld, dus Dat is eigenlijk leefstijl data. Nou dat soort data zou je Natuurlijk heel mooi linkjes kunnen leggen naar welk product dan het beste zou passen of welke interesse een klant zou hebben en In het verlengde daarvan welk product het beste zou passen. Zou ongetwijfeld de conversie kans verhogen.

00:23:13.682 --> 00:23:13.992

Anouk Wolters

Kijk.

00:23:27.102 --> 00:23:28.712

Marketeer

Maar dat mag je dus niet doen.

00:23:29.352 --> 00:23:31.582

Marketeer

Dus daar moet je heel erg alert op zijn dat je daar niet te ver in gaat.

00:23:31.952 --> 00:23:36.062

Anouk Wolters

Is dat vanuit de AFM hem ook duidelijk opgelegd wat wel en niet mag in die zin?

00:23:35.692 --> 00:23:41.492

Marketeer

Ja, volgens mij is de AFM daar ook steeds duidelijker in, want natuurlijk heel veel partijen zijn bezig met dit soort dingen.

00:23:41.922 --> 00:23:42.272

Anouk Wolters

Ja.

00:23:43.172 --> 00:23:44.332

Marketeer

Dus AFM is daar ook wel.

00:23:45.042 --> 00:23:51.642

Marketeer

Weet daar niet de details van hoor, Maar ik weet wel dat de AFM daar al echt naar kijkt, dat dat je daar niet te ver in gaat, dat je niet.

00:23:51.432 --> 00:23:51.722

Anouk Wolters

OK.



00:23:52.452 --> 00:23:56.392

Marketeer

Ja verkapt toch gaat adviseren puur omdat je het vanuit de data kan.

00:23:57.752 --> 00:23:58.512

Anouk Wolters

Ja OK.

00:23:58.352 --> 00:24:05.172

Marketeer

Daar zijn we dan mee bezig. We zijn denk ik niet een hele volwassen organisatie als het gaat om hoe je met je hè? Hoe je verder met dit soort.

00:24:06.352 --> 00:24:22.352

Marketeer

Machine learning modellen omgaat en hoe hoe je de governance daaromheen inricht. Ik weet ook dat we daar echt wel om überhaupt dit te kunnen doen hebben we heel veel werk moeten verrichten om het uit de systemen te kunnen halen en om die data toch toegankelijk en.

00:24:23.102 --> 00:24:30.372

Marketeer

Om überhaupt hè? Een model draaiend te krijgen. was gewoon voor ons echt de eerste keer, dus Ik denk niet dat we vanuit.

00:24:31.412 --> 00:24:39.642

Marketeer

De organisatie zeg maar heel erg gestuurd zijn in wat er op ML gebied wel en niet kan en mag en zo dan denk ik dat we daar vrij onvolwassen in zijn.

00:24:40.112 --> 00:24:40.512

Anouk Wolters

OK.

00:24:41.672 --> 00:24:42.962

Anouk Wolters

Oké even kijken.

00:24:46.132 --> 00:24:54.342

Anouk Wolters

Voordat het machine learning model gebruikt werd, hoe zag het besluitvormingsproces om bepaalde klanten wel of geen mail te sturen eruit?

00:24:55.342 --> 00:24:56.662

Marketeer

Voordat dit model gebruikt werd?

00:24:56.952 --> 00:24:57.222

Anouk Wolters

Ja.

00:25:04.372 --> 00:25:07.152

Marketeer

Dat was er niet volgens mij. Kijk.

00:25:12.162 --> 00:25:13.022

Marketeer

Even denken, hoor.

00:25:14.922 --> 00:25:23.612

Marketeer

Voordat we dit deden, toen hadden we niet een mogelijkheid om op een continue manier klanten te benaderen, dus.

00:25:24.782 --> 00:25:27.212

Marketeer

Deden we campagnes en doen we nu nog trouwens.

00:25:28.102 --> 00:25:30.812

Marketeer

En in die campagnes selecteerden we.

00:25:33.122 --> 00:25:35.152

Marketeer

De klanten die we daarvoor willen benaderen.

00:25:36.382 --> 00:26:02.612

Marketeer

En daarin gaan we vrij grofmazig te werk dus hè, we kijken Natuurlijk naar, dat is wel een belangrijke, we kijken natuurlijk naar opt ins, dus we kijken naar heeft deze klant toestemming gegeven om de benaderd te worden en hebben specifieke opt in voor specifieke soorten content. Specifieke onderwerpen dus Dat is Natuurlijk heel belangrijke filter. Kunnen we die klant benaderen per e mail of niet, dat soort zaken?

00:25:49.822 --> 00:25:50.132

Anouk Wolters

Ja.

00:26:05.362 --> 00:26:16.172

Marketeer

Is die klant meerderjarig, hè? Dat zijn Natuurlijk meer gewoon dat soort vrij basic klanten kenmerken mogen we die klant benaderen? Is die klant relevant voor deze propositie?

00:26:17.182 --> 00:26:21.102

Marketeer

Is het al een beleggende klant, nou dan hoeven we hem niet te benaderen? Weet je wel dat dat soort.

00:26:22.222 --> 00:26:23.042

Marketeer  
Criteria.

00:26:24.142 --> 00:26:26.902

Marketeer  
Maar we gingen er volgens mij niet heel erg fijnmazig in te werken.

00:26:27.592 --> 00:26:34.962

Anouk Wolters  
Oké, is dat ook iets wat jij in je werk en toen deed om te dat te bepalen wie er?

00:26:36.212 --> 00:26:40.882

Anouk Wolters  
Aan die voorwaarden voldeed en vervolgens te mailen, hoe gaat dat?

00:26:42.162 --> 00:26:42.482

Marketeer  
Nou.

00:26:43.362 --> 00:26:46.852

Marketeer  
Ik doe dit nog niet zo heel erg lang, dus ik heb er niet heel veel.

00:26:48.242 --> 00:26:58.932

Marketeer  
hè ja, ik doe dit nu wel voor klassieke campagnes en bepaal ik wie we benaderen en wie niet.  
En Samen met de Mensen van data intelligence Natuurlijk hè? Dat kijken we Samen, oké?

00:27:00.612 --> 00:27:10.222

Marketeer  
wie wel, wie niet en en Waarom? En We hebben nu al redelijk, zeg maar zijn we nu redelijk goed op ingespeeld voordat we dit machine learning model hadden, had ik deze baan nog niet dus.

00:27:11.442 --> 00:27:13.132

Marketeer  
Dat was niet echt aan de orde.

00:27:13.912 --> 00:27:14.402

Anouk Wolters  
Duidelijk.

00:27:15.322 --> 00:27:16.532

Anouk Wolters

En.

00:27:18.152 --> 00:27:28.792

Anouk Wolters

Even kijken voordat het machine learning model werd gebruikt, kun je bedenken of er toen bepaalde risico's waren of fouten die gemaakt konden worden in de.

00:27:29.712 --> 00:27:31.732

Anouk Wolters

In het wel of niet versturen of de uitingen.

00:27:34.772 --> 00:27:50.182

Marketeer

Ja Natuurlijk altijd handwerk, dus ja, je kan fouten maken in je selecties, je kan voorbijgaan aan de of we klanten mogen benaderen, of een klant opt-in heeft gegeven.

00:27:53.542 --> 00:27:57.152

Marketeer

Ja, daar kunnen fouten inderdaad daar zitten, waardoor je mensen die misschien.

00:27:58.162 --> 00:28:07.672

Marketeer

Allang geen klant meer zijn of hè? Mensen die misschien ooit eens kwalitatief in in mail of per telefoon hebben aangegeven niet benaderd te worden, waardoor je die toch gaat benaderen?

00:28:09.212 --> 00:28:13.302

Marketeer

Je kan een fout maken in de inhoud van de uitingen die je verstuurt, dus.

00:28:14.402 --> 00:28:15.542

Marketeer

op bepaalde punten genoeg.

00:28:14.512 --> 00:28:14.852

Anouk Wolters

Ja.

00:28:16.032 --> 00:28:20.552

Anouk Wolters

En, hoe wordt er binnen de bank omgegaan met het risico op dit soort fouten?

00:28:21.752 --> 00:28:38.672

Marketeer

We hebben 4 ogen controles op een aantal van die processen, dus we doen altijd checks op

selecties die we maken. Die zijn, dat zijn gewoon samples. Dat zijn niet hele grote systematische checks, Maar we nemen altijd samples voordat we iets versturen.

00:28:40.672 --> 00:28:44.212

Marketeer

Maar het leunt ook heel erg op gewoon de ervaring van Mensen die het doen.

00:28:45.682 --> 00:28:47.892

Marketeer

Je kennis van wet en regelgeving.

00:28:49.572 --> 00:28:51.922

Marketeer

Dus Dat is echt wel best wel, ja, best wel ambachtelijk eigenlijk.

00:28:53.012 --> 00:28:53.402

Anouk Wolters

OK.

00:28:54.052 --> 00:29:01.102

Anouk Wolters

En nu het machine learning model gebruikt wordt, denk je dat er nog steeds het risico is op dezelfde soorten fouten.

00:29:01.562 --> 00:29:10.502

Marketeer

Ja want het machine learning model is niet het enige wat we doen om beleggen te ondersteunen

00:29:11.472 --> 00:29:21.582

Marketeer

Binnen het machine learning model denk ik dat we hem dat je dat een keer goed neerzet en die uitingen verder niet wijzigt en dat model draait binnen de kaders dat je het meegeeft.

00:29:22.222 --> 00:29:30.932

Marketeer

Denk ik dat het risico op dat soort fouten daar gewoon klein is. Dan kan het Alleen maar fout zijn die voort komt doordat data, onderliggende data niet goed staat.

00:29:33.422 --> 00:29:36.792

Marketeer

Maar parallel, lopen er nog allerlei andere acties en.

00:29:37.552 --> 00:29:44.432

Marketeer

Honderdduizend selecties en campagnes en webinars, en mails, en ja daar kunnen Natuurlijk altijd fouten gemaakt worden.

00:29:45.012 --> 00:29:53.642

Anouk Wolters

Ja en denk je dat Als we Alleen kijken naar dit proces voor deze uitingen dat er dan nu In de situatie met het model?

00:29:56.152 --> 00:29:57.502

Anouk Wolters

Meer of minder.

00:29:59.472 --> 00:30:00.982

Anouk Wolters

Risico is op fouten?

00:30:04.972 --> 00:30:06.192

Marketeer

Nou dit.

00:30:07.122 --> 00:30:17.412

Marketeer

Het is niet zo dat dit proces dit ML proces of dit NBA proces een eerder proces vervangt, dus Het is gewoon een nieuwe activiteit.

00:30:18.282 --> 00:30:22.372

Marketeer

Kan het moeilijk, zeg maar met iets voorgaans vergelijken.

00:30:22.562 --> 00:30:24.152

Anouk Wolters

Ja precies dat snap ik.

00:30:26.492 --> 00:30:27.292

Anouk Wolters

Even kijken.

00:30:28.812 --> 00:30:30.192

Anouk Wolters

Denk je dat er wel?

00:30:31.062 --> 00:30:36.842

Anouk Wolters

Nieuwe soorten risico's of fouten kunnen ontstaan met het gebruik van een machine learning model?

00:30:37.622 --> 00:30:38.862

Marketeer

Ja, dat denk ik wel.

00:30:40.562 --> 00:30:41.832

Anouk Wolters

Waar denk je dan bijvoorbeeld aan?

00:30:42.392 --> 00:30:42.992

Marketeer

Nou.

00:30:48.322 --> 00:30:57.832

Marketeer

Wat ik net ook een beetje zei, We zijn als organisatie niet zo heel volwassen In het omgaan met dit soort modellen en Dit is echt niet een geavanceerd ML model, maar.

00:31:01.812 --> 00:31:04.252

Marketeer

Je hebt wel te maken met iets wat zeg maar.

00:31:04.982 --> 00:31:09.822

Marketeer

Een beetje een Black box is en wat resultaten genereert.

00:31:11.562 --> 00:31:19.712

Marketeer

Waar je op vertrouwt en waar je Als je niet kritisch bent, die je niet perse weer gaat.

00:31:20.912 --> 00:31:37.272

Marketeer

Ja noem je dat gaat herijken of hè? Dus dus het risico dat je loopt is dat je er vanuit gaat dat het gewoon werkt, dat er een fout insluipt of dat er toch een bias in zit die je niet detecteert of dat soort dingen. Door dingen te automatiseren.

00:31:41.392 --> 00:31:43.992

Marketeer

Ja kan het ook een beetje van de radar verdwijnen, Natuurlijk dus.

00:31:45.472 --> 00:31:46.352

Anouk Wolters

Ja oké.

00:31:46.192 --> 00:31:55.012

Marketeer

Ja, en Als je handmatig uitingen naar klanten stuurt, dan kijken daar heel veel Mensen naar en daar onwijs mee bezig. Dit NBA ding, dat draait nu gewoon en.

00:31:56.022 --> 00:31:57.442

Marketeer

business as usual, dus ja?

00:31:58.712 --> 00:32:03.092

Marketeer

Dat dat, Dat is wel een bron van Van mogelijke issues of fouten.

00:32:06.082 --> 00:32:18.032

Marketeer

Het is niet mission critical, dus als er iets stuk gaat en dat ding werkt niet meer, dan is dat niet een enorm risico of zo dan is er hoogstens dat je een paar commerciële kansen mist. Maar dat is niet een niet een drama, dus dat wat dat betreft is er denk ik niet echt.

00:32:18.752 --> 00:32:21.352

Marketeer

Groot risico voor ja groot, groot probleem.

00:32:28.532 --> 00:32:32.282

Marketeer

Denken ja, dat zijn, Dat is denk ik. Ja, Dat is wat, schiet me zo te binnen.

00:32:32.662 --> 00:32:33.002

Anouk Wolters

Ja.

00:32:35.352 --> 00:32:45.932

Anouk Wolters

Oké, zij denkt net al een beetje, maar als er mogelijke fouten zit in de model output, wat zou dan de impact daar ook van kunnen zijn en op wie heeft dit impact?

00:32:47.102 --> 00:32:56.462

Marketeer

Ja op de klanten van de bank heeft dat impact hè? Dus het zou kunnen dat je mensen die eigenlijk strikt dan ook niet zou willen benaderen, dat je die toch benadert met iets wat niet bij ze past of niet geschikt is voor ze of.

00:32:57.832 --> 00:33:12.962

Marketeer

Dat je een klant die Misschien net is begonnen met beleggen alsnog zo een soort van commerciële uiting stuurt. Wat tot irritatie kan leiden, of dat je klanten die om wat voor reden dan ook hè? Die je nu even in de luwte wil houden.

00:33:15.562 --> 00:33:19.882

Marketeer

Dat je die toch geconfronteert met een commerciële uiting.

00:33:23.582 --> 00:33:28.822

Marketeer

Ja, Dat is, er kunnen commercieel kunnen we dingen misgaan.



00:33:30.692 --> 00:33:41.982

Marketeer

Stel we zouden bijvoorbeeld geconfronteerd worden met aanpassingen met de regelgeving en we zouden bepaald type uitingen niet mogen doen. Of hè, dan moet je dus de tegenwoordigheid van geest hebben om ook.

00:33:42.672 --> 00:33:50.482

Marketeer

Niet Alleen, maar In de uitingen die je handmatig maakt en he je je in je normale marketing, maar ook in dit soort zeg maar op de achtergrond lopen de processen in te grijpen.

00:33:52.022 --> 00:33:56.592

Marketeer

Dus ja, daar kunnen gewoon verkeerde boodschappen bij de verkeerde klanten terecht komen.

00:33:57.192 --> 00:33:57.472

Anouk Wolters

Ja.

00:33:58.202 --> 00:34:01.472

Anouk Wolters

Oké en ze heeft dit ook nog impact op jullie als bank zou.

00:34:03.052 --> 00:34:03.632

Anouk Wolters

Als er fout.

00:34:03.142 --> 00:34:11.162

Marketeer

Ja absoluut een domme fouten in maken zeker. We zitten best wel. Ik weet niet of dat of je de media een beetje gevolgd hebt, Maar we zitten best wel in een.

00:34:13.092 --> 00:34:32.462

Marketeer

Nou best wel een ingewikkelde periode, dus We hebben met de manier waarop gekapitaliseerd zijn, hebben we het een en ander hebben we uitdagingen. nou dat is een hele focale klantgroep Als je die klanten, net Als je naar net de verkeerde snaar bij ze raakt. Ze hebben zich georganiseerd, ze hebben contacten met de media, ja.

00:34:33.962 --> 00:34:43.002

Marketeer

Het is niet wenselijk dat dat gebeurt niet dat dat nou meteen een soort van existentieel risico is, helemaal niet, maar nou, We willen die fouten gewoon heel graag voorkomen.

00:34:43.412 --> 00:34:43.772

Anouk Wolters

Ja.

00:34:44.452 --> 00:34:52.462

Anouk Wolters

En hoe, hoe wordt dat op dit moment gedaan? Het voorkomen van dit soort fouten, dus daar zijn er dingen voor ingericht.

00:34:53.192 --> 00:35:17.052

Marketeer

Ja, nee principe zou het niet moeten kunnen, Omdat dit dit model Alleen klanten voorstelt die nog niet bij ons beleggen en de issues waar we waar ik nu aan refereert dat dat zijn beleggende klanten die daarmee te maken hebben. Dus het zijn twee verschillende bakjes. Maar nou ja, dus wat ik net zei hè? Als je een fout in je data hebt zitten, dan gaat dat model.

00:35:11.672 --> 00:35:11.912

Anouk Wolters

Ja.

00:35:18.622 --> 00:35:41.752

Marketeer

Dit model doet daar geen checks op. Dat gaat uit van de data die het gevoed krijgt dus hè, en dan kan het dus prima zou prima kunnen dat als er ergens een een label niet goed staat of een productcode niet goed staat of wat dan ook dat er dan iets misgaat daar kan en ik doe niet een handmatige check op iedere batch die verstuurd wordt.

00:35:22.222 --> 00:35:22.542

Anouk Wolters

Ja.

00:35:34.292 --> 00:35:34.532

Anouk Wolters

Ja.

00:35:43.562 --> 00:35:48.642

Marketeer

Dus dan heb je een potentieel potentieel voor voor ja, voor een issue

00:35:43.672 --> 00:35:43.992

Anouk Wolters

Oké.

00:35:50.352 --> 00:35:53.042

Marketeer

We vertrouwen op de data eigenlijk wel vertrouwen op de data kwaliteit.

00:35:53.412 --> 00:35:54.512

Anouk Wolters

Ja ja ja.

00:35:55.562 --> 00:35:57.672

Anouk Wolters

En heb je ook een rol gespeeld in?

00:35:59.422 --> 00:36:03.722

Anouk Wolters

In het zorgen voor die data kwaliteit bepalen wat belangrijk is daarvoor.

00:36:08.152 --> 00:36:11.942

Marketeer

Nee, ik speel niet een rol In het zorgen voor de datakwaliteit. Nee, nee.

00:36:13.132 --> 00:36:13.612

Marketeer

Nee.

00:36:14.752 --> 00:36:16.832

Anouk Wolters

Wie was daar vooral verantwoordelijk voor?

00:36:19.532 --> 00:36:28.502

Marketeer

De collega's van de data intelligence, die kennen die data kwaliteit en de betrouwbaarheid van zeg maar velden waar we ons op baseren, veel beter dan ik.

00:36:28.902 --> 00:36:29.832

Anouk Wolters

Oké ja.

00:36:29.682 --> 00:36:32.212

Marketeer

Ja en en Dit is ook. Ja, weet je?

00:36:33.682 --> 00:36:35.242

Marketeer

Ik denk niet dat dit model?

00:36:37.542 --> 00:36:47.562

Marketeer

Data gebruikt waar we een groot fout potentieel hebben, hè? Want we kijken naar een aantal klanten kenmerken hele basale klant kenmerken.

00:36:49.402 --> 00:36:56.892

Marketeer

De totale waarde van de hè. De bezittingen van de klant bij de bank en hoe dat zich dat ontwikkelt. Nou, dat zijn ook ja, op zich zaken waar we niet.

00:36:57.802 --> 00:37:03.742

Marketeer

Niet, dat zit gewoon goed, dus ik denk niet dat dat een enorm groot fout potentieel is, Maar het kan Natuurlijk wel.

00:37:04.952 --> 00:37:05.292

Anouk Wolters

Oké.

00:37:06.692 --> 00:37:08.162

Anouk Wolters

En even kijken.

00:37:10.322 --> 00:37:21.312

Anouk Wolters

Heb jij ook een rol gespeeld in bepalen van wat er uiteindelijk nou met die output gebeurt uit het model tot aan dat de mails verstuurd worden, hoe dat ingericht is?

00:37:22.692 --> 00:37:33.042

Marketeer

Ja, maar niet een hele technische rol, maar wel, hè, okay, we krijgen dan, hè? We krijgen output. Wat voor uitingen gaan die Mensen ontvangen?

00:37:33.952 --> 00:37:48.222

Marketeer

Welke welke funnel. Daar zetten we daarvoor neer. Hoe zorg je ervoor dat die Mensen gewoon goed geïnformeerd worden en ook hoe meten we het commerciële resultaat van deze van deze funnel en van deze van de Van van deze engine?

00:37:50.542 --> 00:37:51.892

Marketeer

Daar heb ik een rol bij gespeeld, ja.

00:37:52.692 --> 00:37:58.112

Anouk Wolters

Ja, en nu weet ik dat er ook een operator is van het model.

00:37:59.012 --> 00:38:03.352

Anouk Wolters

En heb jij ook met hem samengewerkt om te kijken hoe je nou.

00:38:04.982 --> 00:38:12.872

Anouk Wolters

Hoe de output door hem gebruikt wordt om uiteindelijk de beslissingen te nemen over wie er een mail ontvangen.

00:38:14.812 --> 00:38:17.522

Marketeer

Nou, We hebben toen het project deden, hebben we wel.

00:38:19.332 --> 00:38:22.302

Marketeer

Er wordt gekeken naar, hoe kun je nou?

00:38:23.542 --> 00:38:47.792

Marketeer

Hè hoe, hoe zorg je ervoor dat je wel als operator, wist niet dat dat de naam was ervan maar hè dat dat je dat ding kan aansturen, dat je het kan activeren, deactiveren dat je parameters die je zou willen kunnen aanpassen, dat je die kan aanpassen dat documentatie Er is, hè, dat we zelf ook de verantwoordelijkheid kunnen nemen over over dat model en over die module.

00:38:49.292 --> 00:38:50.092

Marketeer

En.

00:38:51.922 --> 00:39:22.392

Marketeer

Maar die operator, Ik denk dat je doelt op collega van mij van data intelligence is daar het dichtst bij betrokken die en een collega vanuit marcom dus marketingcommunicatie. Die hebben Samen gekeken naar het proces van oké als dit hè, als er output is, hoe zorgen we ervoor dat we dat kunnen koppelen aan de uitingen die we willen versturen? Samen met collega van Digital Oké, hoe kunnen we ervoor kunnen we meten hoeveel traffic en dan op die uitingen komt en hoeveel hè procent van de?

00:39:22.522 --> 00:39:25.452

Marketeer

Respondenten, van de ontvangers dan converteert en zo.

00:39:26.222 --> 00:39:27.892

Marketeer

Dus zo hebben we daar naar gekeken? Ja.

00:39:28.582 --> 00:39:28.902

Anouk Wolters

Oké.

00:39:29.032 --> 00:39:30.352

Marketeer

Ieder vanuit zijn eigen discipline.

00:39:31.142 --> 00:39:32.522

Anouk Wolters

Ja ja ja precies.

00:39:34.742 --> 00:39:38.372

Anouk Wolters

Denk je dat er ook risico's zijn of fouten kunnen ontstaan?

00:39:39.022 --> 00:39:46.812

Anouk Wolters

Tussen de interactie van het model en je collega bij data intelligence die ik operator noemde?

00:39:48.202 --> 00:39:49.152

Marketeer

Wil je nog een keer vragen?

00:39:49.942 --> 00:40:07.002

Anouk Wolters

En nou goed, We hebben het net gehad over risico's op fouten die kunnen ontstaan In het model zelf, maar het model de model output wordt Natuurlijk nog bekeken door de operator en denk je dat hier ook bepaalde risico's ontstaan in die interactie?

00:40:02.352 --> 00:40:02.662

Marketeer

Ja.

00:40:08.962 --> 00:40:18.352

Marketeer

Nee, Ik denk eerder dat dat een bron is van het verkleinen van risico's, Omdat dat iemand is die super grondig en secuur is heel veel ervaring heeft.

00:40:19.822 --> 00:40:28.432

Marketeer

Die dan ook zelf nog gaat hij die kritisch zelf we kijken naar oké, wat speelt het model nu uit en kan ik dat? Kan ik dat rijmen met wat We willen dat het doet?

00:40:29.082 --> 00:40:36.412

Marketeer

Dus Dat is eerder een stap In het proces die problemen vermijdt dan dat die problemen veroorzaakt volgens mij.

00:40:36.902 --> 00:40:38.462

Anouk Wolters

Oké duidelijk.

00:40:42.492 --> 00:40:56.162

Anouk Wolters

Even kijken, We hebben het er net over gehad dat jullie af en toe het model systeem evalueren. Kun je wat meer vertellen over wat er dan precies geëvalueerd wordt of niet precies, maar ongeveer. En wat jouw rol daarin is?

00:40:57.502 --> 00:41:09.992

Marketeer

Ja, We hebben vooral hè. Toen ik net draaide, hebben we Natuurlijk nog Samen met [external ML engineering/consulting firm] heel, heel goed gekeken. Naar doet het nu wat het moet doen? Zijn we tevreden met de de de de.

00:41:11.822 --> 00:41:12.852

Marketeer

De output.

00:41:14.422 --> 00:41:27.072

Marketeer

Moeten we bijsturen op parameters, dus Dat was zeg maar nog bij. Nou ja, het opstarten hiervan. En nu kijken we gewoon heel regelmatig naar. Hoe heeft het commercieel gescoord?

00:41:27.782 --> 00:41:30.332

Marketeer

Als ik eerlijk ben, is dat het belangrijkste.

00:41:31.782 --> 00:41:46.502

Marketeer

Waar we naar kijken dus hè? Hoeveel hoeveel er uitgeleverd, hoeveel wat is de CTO, kunnen we de conversie meten vanuit de NBA? Ook hoeveel tijd kost het ons? Kunnen we het nog efficiënter inrichten? Daar kijken we wel naar.

00:41:54.832 --> 00:41:58.552

Marketeer

Dus we kijken eigenlijk met name vanuit we kijken niet zozeer naar de.

00:42:00.962 --> 00:42:04.912

Marketeer

of het model als zodanig nog.

00:42:06.102 --> 00:42:24.362

Marketeer

of dat kuren vertoont of dat het niet meer doet wat het zou moeten doen. Dat is denk ik meer een business as usual als hebben. Als we het ding gebruiken, hè? Als dat vreemde resultaten zou gaan uitspugen of of of maar ja hè, als daar iets mis lijkt te gaan, dan zullen we daar op reageren. Maar de evaluaties die we doen, Er zijn meer commerciële evaluaties.

00:42:21.282 --> 00:42:21.582

Anouk Wolters

Ja.

00:42:24.882 --> 00:42:26.302

Anouk Wolters

Oké nou lekker.

00:42:31.122 --> 00:42:34.192

Anouk Wolters

Even kijken, wie is er verantwoordelijk voor?

00:42:35.412 --> 00:42:38.642

Anouk Wolters

De werking van het model en de output daarvan.

00:42:40.792 --> 00:42:51.732

Marketeer

Ja, ik voel me daar verantwoordelijk voor, dus We hebben We hebben binnen het team hebben we Natuurlijk Iedereen. Iedereen kijkt daar vanuit zijn eigen competentie naar, Maar ik als er echt iets mis zal gaan.

00:42:52.982 --> 00:42:56.172

Marketeer

Of Als ik voel me daar dan verantwoordelijk voor het aanspreekpunt.

00:42:57.272 --> 00:43:02.152

Anouk Wolters

Ook en is dat dan geldt dat dan ook voor de mails die uiteindelijk verstuurd worden?

00:43:03.152 --> 00:43:03.372

Marketeer

Ja.

00:43:05.142 --> 00:43:11.872

Anouk Wolters

En is dit ook binnen jullie bank vastgelegd of bepaalt hoe de verantwoordelijkheid.

00:43:12.872 --> 00:43:13.802

Anouk Wolters

Geregeld is.

00:43:16.212 --> 00:43:18.162

Marketeer

Denk het niet, nee.

00:43:17.602 --> 00:43:17.922

Anouk Wolters

Ja.

00:43:18.822 --> 00:43:26.912

Marketeer

We hebben het niet. Nee, Het is wat dat betreft een vrij aparte organisatie, niet zo heel erg veel van dat soort dingen zijn vastgelegd, zeker voor banken begrip.



00:43:28.962 --> 00:43:30.602

Anouk Wolters

Hè, even kijken.

00:43:31.422 --> 00:43:39.402

Anouk Wolters

Wat vond je de grootste uitdaging bij het ontwikkelen en gebruik van deze use case van dit machine learning model?

00:43:44.692 --> 00:44:00.562

Marketeer

Nou, Ik denk dat de grootste uitdaging was dat dit voor hen wat ik al zei. Dit is voor ons de eerste keer dat we het doen, dus we moesten heel veel praten overtuigen, technische voorwaarden scheppen, de organisatie moest heel veel leren.

00:44:02.302 --> 00:44:07.672

Marketeer

Dat heeft het gewoon mega veel tijd en en en en gedoe gekost om.

00:44:08.422 --> 00:44:09.402

Marketeer

Het überhaupt.

00:44:10.152 --> 00:44:20.342

Marketeer

Geïmplementeerd te krijgen, dus Dat was echt nou, daar hebben Mensen van [external ML engineering/consulting firm]en Mensen van data intelligence en ikzelf en hoofd marketing hebben daar echt.

00:44:21.102 --> 00:44:30.052

Marketeer

Echt wel veel tijd moeten spenderen om het zover te krijgen, dus denk dat gewoon het kunnen doen; dat dat de grootste uitdaging was.

00:44:30.732 --> 00:44:42.592

Anouk Wolters

Ja oké en denk je dat met de ervaringen die jullie nu hebben, het In de toekomst anders zou worden aangepakt, beter zou kunnen of sneller?

00:44:43.632 --> 00:44:50.232

Marketeer

Jazeker, want We hebben Natuurlijk een heleboel van die randvoorwaarden. Die zijn er nu, dus je hoeft niet meer.

00:44:54.812 --> 00:45:14.942

Marketeer

Ja, je hoeft niet meer dat dat hele technisch organisatorische stuk dat dat draait, dus kunnen dat nu meer in eigen beheer naar eigen eigen inzicht kunnen we dat zouden we bijvoorbeeld

een tweede module kunnen neerzetten daarnaast weet ik veel een andere groep klanten aanspreekt of voor een ander product dat dat zeker.

00:45:16.602 --> 00:45:28.592

Marketeer

Maar ik denk niet dat we al zo volwassen en dat wordt ook helemaal zelf. Zonder externe hulp zouden kunnen, dus ik denk dat we dan weer een partij als [external ML engineering/consulting firm] bijvoorbeeld nodig zouden hebben als dat zouden willen. Om ofwel dit huidige model door te ontwikkelen ofwel een nieuw model naast zetten.

00:45:29.662 --> 00:45:36.632

Anouk Wolters

Oké, is dat jullie ambitie om dat op een gegeven moment ook zelf te kunnen, of zullen jullie altijd een externe partij hiervoor?

00:45:36.972 --> 00:45:38.932

Marketeer

voorlopig nog met externe partijen zullen werken.

00:45:39.452 --> 00:45:40.112

Anouk Wolters

Ja oké.

00:45:40.952 --> 00:45:56.842

Anouk Wolters

En en hebben jullie de ervaringen en de lessen die jullie vanuit dit best use cases hebben op de één of andere manier ook bijvoorbeeld gedocumenteerd? Of hoe zorgen jullie voor dat dit in de toekomst meegenomen kan worden? Mocht er een nieuw project komen?

00:45:56.922 --> 00:46:03.992

Marketeer

Ja, We hebben, We hebben een evaluatie gedaan toen het project eenmaal echt afgesloten was en een paar hè wat trackrecord hadden.

00:46:04.662 --> 00:46:05.542

Marketeer

Toen hebben we.

00:46:06.812 --> 00:46:13.632

Marketeer

Ja, toen hebben we geëvalueerd, er is een presentatie van geweest met een aantal stakeholders. Die presentatie die kunnen, daar kunnen we terugvallen eventueel.

00:46:15.022 --> 00:46:16.302

Marketeer

Ik denk dat Als we hem.

00:46:17.702 --> 00:46:24.862

Marketeer

De Mensen die erbij betrokken waren toen die zijn er nu nog, dus Als we nog eens een keer hè? Iets daar in die richting zouden gaan doen, dan kunnen we Natuurlijk.

00:46:26.232 --> 00:46:28.842

Marketeer

Ja bouwen op de ervaringen die We hebben opgedaan.

00:46:30.492 --> 00:46:34.712

Marketeer

Het is niet zo dat we dat heel erg geformaliseerd hebben of in een systeem hebben zitten of zo?

00:46:35.472 --> 00:46:43.502

Anouk Wolters

Oké en als deze Mensen die hier nu bij betrokken waren, weg zouden zijn, hoe zou de nieuwe Mensen daar mee aan de slag kunnen gaan?

00:46:45.302 --> 00:46:46.142

Marketeer

Ja dan.

00:46:50.742 --> 00:46:54.012

Marketeer

Minder effectief dan dan moet je denk ik meer.

00:46:55.842 --> 00:46:59.212

Marketeer

Ja, moet je dat wel groter deel van het wiel opnieuw uitvinden.

00:46:59.932 --> 00:47:00.282

Anouk Wolters

Oké.

00:47:01.632 --> 00:47:02.682

Anouk Wolters

Oké duidelijk.

00:47:04.202 --> 00:47:10.732

Anouk Wolters

Ik denk dat ik wel door mijn vragen heen ben. Denk jij dat we nog iets hebben gemist in dit interview of zou je nog iets willen toevoegen?

00:47:13.782 --> 00:47:19.732

Marketeer

Nou één van de dingen waar ik zelf altijd een beetje met wat ik zelf altijd wel jammer vind, is dat we volgens mij.

00:47:24.172 --> 00:47:31.812

Marketeer

Ja, ik weet niet of dat voor jouw onderzoek überhaupt relevant is, hoor, Maar ik denk dat we nog veel meer intelligentie en nog veel meer.

00:47:32.962 --> 00:47:46.132

Marketeer

En zeg maar performance uit de data hadden kunnen halen, maar Omdat we zo een onervaren en onvolwassen organisatie zijn op dit terrein, zijn we gewoon heel dicht bij gebleven bij wat we zelf.

00:47:47.072 --> 00:47:56.502

Marketeer

Hadden kunnen doen. We hebben Alleen een stuk intelligentie, hè, wat je dan handmatig zou hebben gequeried, hebben we geautomatiseerd en daar zit een soort van flow omheen, maar.

00:47:57.492 --> 00:48:06.492

Marketeer

Dit is ook niet een zelflerend model of zo. Het is niet echt een. Het is meer een hele intelligente script in mijn beleving dan dat het echt een.

00:48:07.402 --> 00:48:15.352

Marketeer

ja hoe noem je dat, een high performing machine learning model is of zo hè dus dat dat moet je denk ik wel.

00:48:16.102 --> 00:48:26.112

Marketeer

Als je hè. Onze organisatie op dat terrein zou moeten inschalen, dan zitten we, denk ik aan de onderkant van de schaal van hoe complex dit dit ding is.

00:48:27.012 --> 00:48:27.292

Anouk Wolters

Ja.

00:48:28.502 --> 00:48:29.652

Marketeer

Het is wel goed om te weten.

00:48:30.152 --> 00:48:31.772

Anouk Wolters

En denk je dat In de toekomst?

00:48:32.692 --> 00:48:39.532

Anouk Wolters

Misschien twee vragen, zou je meer willen doen met machine learning en eventueel ook complexere modellen willen gebruiken?

00:48:39.822 --> 00:49:11.102

Marketeer

Ja, ja, maar wat ik dan niet weet is hoe ver we daarin kunnen gaan. We hebben het nu heel erg gehouden bij, zeg maar metadata op klantniveau zou je kunnen zeggen, dus klant kenmerken en een heel klein beetje op klantgedrag. Natuurlijk als bank heel aantrekkelijk om veel meer te doen met je klantgedrag. Want we weten. Natuurlijk best wel veel van klanten, Alleen heb ik het zelf niet helemaal scherp wat je dan mag en ik denk ook dat daar een heel ethisch vraagstuk bij komt kijken van wat dan wenselijk is en wat je vanuit ethiek ook zou moeten willen.

00:48:58.772 --> 00:48:59.042

Anouk Wolters

Ja.

00:49:12.632 --> 00:49:14.962

Marketeer

Dus daar zijn we nu heel bewust weg bij gebleven.

00:49:16.812 --> 00:49:29.362

Marketeer

We vonden het al, hè? We hebben onszelf al wat vragen gesteld toen we dan gingen kijken naar oké, hoe ontwikkelt het saldo van een klant zich op 3 verschillende meetmomenten pakken we nu geloof ik dat vonden we al.

00:49:30.192 --> 00:49:33.152

Marketeer

Nou, daar moesten we al over nadenken of je zo'n kenmerk wil gebruiken.

00:49:34.282 --> 00:49:43.942

Anouk Wolters

Er zijn dit dan allemaal keuzes die jullie zelf maken, of is dit ook gebaseerd op wat extern als regelgeving staat of richtlijnen?

00:49:45.682 --> 00:49:47.362

Anouk Wolters

Of zijn die er eigenlijk nog niet echt.

00:49:48.122 --> 00:50:00.132

Marketeer

Weet het niet. Ik denk dat we dat met name onze eigen hem kunnen we het zelf rijden met waar we voor staan, wat voor partij we willen zijn. We hebben. Natuurlijk, Dat is wel de luxe die we hebben zijn heel sterk missie, gedreven organisatie.

00:50:00.792 --> 00:50:25.302

Marketeer

En we zijn, we hebben onze privacy extreem ook in het vaandel staan. We zijn hè, één van de weinige banken die bijvoorbeeld geen geen Facebook Pixel gebruikt, geen tracking doet, we gebruiken klantdata klantgedrag gewoon helemaal niet, dus dat betreft weet je die

vragen die kwamen op en die konden we ook heel snel beantwoorden, maar vanuit ons eigen kader en ik weet niet zeker of we daar echt een extern regelgevingskader bij gebruikt hebben

00:50:26.072 --> 00:50:26.402

Anouk Wolters

Oké.

00:50:26.472 --> 00:50:27.062

Marketeer

Denk het eigenlijk niet.

00:50:29.662 --> 00:50:31.932

Anouk Wolters

Nou, dan zijn we er doorheen.

00:50:32.192 --> 00:50:32.462

Marketeer

Top.

00:50:32.922 --> 00:50:36.152

Anouk Wolters

Heel erg, bedankt voor je tijd en voor het interview.

00:50:34.602 --> 00:50:35.242

Marketeer

Ja graag gedaan.