

Innoveren met de menselijke maat

Innoveren met de menselijke maat. Dat is voor de Volksbank richtinggevend. Een gesprek met innovatiemanagers Bas de Jong en Marcel van Nistelrooij over de inzet van technologieën die bijdragen aan maatschappelijke vraagstukken en de manier waarop via de bèta-app SI!m de klanten bij de innovaties worden betrokken.

Het paar pantoffels onder de salontafel in de ontvangsthall van de Volksbank in Utrecht lijkt de tekst op de muur te willen illustreren: Bankieren met de menselijke maat. De lijfspreuk van de bank komt sterk terug in de manier waarop de bank innoveert, beaamt innovatiemanager Bas de Jong: “We denken goed na over onze maatschappelijke rol en proberen vanuit innovatie een voorlopersrol te vervullen in het bankieren en innoveren met de menselijke maat.” De inzet van digitale kanalen en technologische ontwikkelingen zoals kunstmatige intelligentie, kunnen zaken als het aanvragen van een hypotheek versnellen, maar vragen extra aandacht voor die menselijke maat. De Jong: “Technologie heeft goede kanten, maar algoritmes hebben ook het inherente risico dat ze zwartwit zijn. Wat je

ze geeft, is ook wat er uit komt. Je wilt voorkomen dat je de menselijke maat uit het oog verliest. Als we naar de toekomst kijken, dan blijft voor ons het principe leidend dat een hypotheekaanvraag pas wordt afgewezen nadat deze ook door een mens is beoordeeld.”

Eerlijke algoritmes

De Jongs collega, innovatiemanager Marcel van Nistelrooij, licht toe dat de Volksbank een werkgroep *Fair Algoritmes* heeft. “We willen waarborgen dat het bankieren met de menselijke maat ook in een digitale wereld overeind blijft. We spreken met andere maatschappelijke partijen en experts om onze visie op algoritmes aan te scherpen.”

Ook in de visie op het gebruik van data en het delen daarvan is die menselijke maat volgens de innovatiemanagers richtinggevend. De Jong: “Digitale identiteit is voor ons een belangrijk

thema. Het is belangrijk dat mensen zich goed realiseren dat het om hun data gaat en dat zij zelf bepalen wie daar toegang toe krijgen. We werken hiervoor samen met een externe partij (Schluss). Via hun digitale kluis kunnen mensen in de toekomst hun data beheersen, delen (bijvoorbeeld om gemakkelijker een hypotheek aan te vragen) en datatoegang intrekken. Zo blijven ze in control over hun data.”

Feedback van klanten

Een van de innovaties die inspelen op mensgericht bankieren, is *De Toeslagchecker* die binnenkort in de bèta-app SI!m (zie kader) wordt uitgetest. Het onterecht ontvangen van toeslagen leidt vaak tot schulden. Om klanten financieel gezond te houden, geeft deze functie op basis van data-analyse een signaal af als er mogelijk onterecht toeslagen ontvangen worden. Een andere nieuwe functionaliteit op SI!m is

Innoveren met de menselijke maat

DUBBELINTERVIEW

Mijn budget. Deze budgettool geeft inzicht in te verwachten inkomsten en uitgaven, zodat klanten zien wat er vrij te besteden is.

De testapp maakt het mogelijk om sneller te innoveren samen met de klant, vertelt Van Nistelrooij, productowner van SI!m. “In SI!m zien we voor iedere functionaliteit hoe vaak die gebruikt wordt. In de app zit bovendien de mogelijkheid via de mailbox te reageren. Wekelijks neem ik de reacties door. Dat gaat van ‘Dit moet je fixen’ tot ‘Supertof, maar ik zou het nog gaver vinden als je dit en dit erbij doet.’”

De feedback van klanten leidde al tot aanpassing van de budgettool. De gekozen manier van berekenen was aan de voorzichtige kant. Klanten gaven aan ook de toekomstige inkomsten in de berekeningen terug te willen zien. Van Nistelrooij: “We zijn nu bezig om dat instelbaar te maken, zodat klanten kunnen kiezen of ze die bedragen mee willen nemen of niet.”

Vernieuwende inzichten

De Jong geeft aan aangenaam verrast te zijn door de grote hoeveelheid feedback die klanten via SI!m geven. “Dat is positief. Het helpt ons de juiste richting kiezen.” Hij vertelt dat er ook onverwachte connecties ontstaan door SI!m. Zo leidde de inzet van stembeding voor het opvragen van je saldo en je laatste transactie – een idee dat voortkwam uit een hackathon – tot een connectie met *Koninklijke Visio*, het expertisecentrum voor blinden en slechtzienden.

“Zij komen met bruikbare ideeën over wat er nog meer mogelijk is om de app beter bruikbaar te maken voor deze doelgroep.”

Wat het volgens De Jong extra interessant maakt, is dat hieruit vernieuwende inzichten komen die veel breder inzetbaar zijn. De

zetten. Dat hebben we heel bewust neergezet als een echte basisversie (*minimum viable product*) om te kijken: wat is de feedback daarop? Het bleek een interessante functie, maar hij had nog niet de wow-factor. Met hulp van feedback van klanten zijn we nu aan het



Jong: “Als de app goed bruikbaar is voor slechtzienden, dan zijn er nog veel meer mensen die daarmee geholpen zijn. Misschien moet je de interface voor iemand die niet heel financieel weerbaar is, ook juist heel simpel maken. Het is een nieuwe manier van kijken naar app-ontwikkeling.”

Agile ontwikkelen draait om snel testen en valideren van ideeën. De inzet van SI!m maakt dit mogelijk. De Jong: “Een voorbeeld is de functie die laat zien hoeveel CO₂ je kunt besparen door geld bij ons neer te

kijken hoe we de functie verder kunnen verbeteren.”

Té frictieloos

Challenger-banken zijn bij uitstek bezig met het inspelen op de behoeftes van klanten. Dat vinden de innovatiemanagers inspirerend, maar ze zien ook de keerzijde. De Jong: “Ze zijn in staat functies enorm frictieloos neer te zetten. Het gebruiken van een functionaliteit wordt daarmee heel laagdrempelig. Maar de andere kant van de medaille is dat misschien niet altijd alles makkelijker moet worden.”

Foto links—**Bas de Jong**

Rechts—**Marcel van Nistelrooij**

Van Nistelrooij beaamt dat dit kan betekenen dat de Volksbank in het belang van de klant in de toekomst bankieren juist minder frictieloos gaat maken. “Daar denken we wel over na. Hoe makkelijker je betalen maakt,

waarbij wordt nagedacht over concepten om de financiële weerbaarheid te vergroten. De Jong: “Zij komen met interessante inzichten over manieren waarop je bepaalde doelgroepen tegen zichzelf in bescherming kunt nemen.



TESTAPP SLIM

De Volksbank lanceerde voor haar merken ASN Bank, Regiobank en SNS de bèta-app **SLIM** vanuit de behoefte om innovaties in de digitale fase te kunnen blijven testen, schalen en doorontwikkelen. De testapp is een kopie van de reguliere bankapp en wordt op dit moment door zo'n vierhonderd klanten gebruikt. **SLIM** maakt het mogelijk om innovaties uit te proberen en de feedback van de gebruikers – een brede doorsnee van de klantengroep – te gebruiken voor het doorontwikkelen van de innovaties voordat deze worden doorgezet naar de reguliere app.

hoe eerder bepaalde groepen in de problemen kunnen raken. Wij denken actief na over of we mensen niet juist bewust moeten maken dat je geen dingen moet kopen als je het geld niet hebt. We zijn bezig met innovatieconcepten om daar juist rekening mee te houden.” De Jong: “Dat kan bijvoorbeeld door een apart potje voor de klant vast te zetten waarvan de vaste lasten betaald worden.”

Gedragpsychologie

Het innovatieteam maakt bewust gebruik van inzichten uit de gedragspsychologie. Zo loopt er een project

Zo kunnen wij in *Mijn budget* op basis van data een lijstje voorschotelen met vaste uitgaven, maar het blijkt dat het nuttig kan zijn om iemand zelf actief zo'n lijst te laten maken. Dan heeft hij er bewust tijd aan besteed en zal hij eerder daaraan congruent blijven.” “Technologie is slechts een middel om iets te bereiken”, concludeert Van Nistelrooij. “Verlies je de ethische waarden daaromheen uit het oog, dan wordt het innoveren dat vooral winstgedreven is.” —