

'Weinig etailers kijken onder eigen motorkap'

14-01-2016 15:29

De ontwikkeling van 'machine learning' raakte vijf jaar geleden in een stroomversnelling, maar is nog niet door alle etailers omarmd. Weinig retailers kijken namelijk 'onder de eigen motorkap' om te zien of de zoekmachine niet moderner kan. Dat zegt medeoprichter Wouter Weerkamp van 904Labs, bouwer van een zelflerende zoekmachine voor webwinkels, in het januarinumner van EtailTrends.

Als bedrijven wel naar hun eigen software kijken, kloppen ze vervolgens bij de universiteit aan met een vraagstuk dat wetenschappelijk gezien niet meer nieuw of uitdagend is. Weerkamp heeft met bedrijven gesproken die zelf methodieken ontwikkelden om de zoekmachine structureel te testen. Zij hebben volgens hem enkele jaren gewerkt aan een techniek die in de basis al vijftig jaar in de wetenschap bestaat. "Dat verdient respect, maar het is ook compleet overbodig", aldus Weerkamp.

Het bedrijfsleven en de wetenschap weten elkaar echter steeds beter te vinden, stelt hij. Daardoor verandert het online retailen snel. Het zelflerend vermogen van computers zal volgens Weerkamp voor nieuwe manieren van zoeken zorgen. "Ik kijk er niet van op als Netflix straks tijdens het kijken van een film snapt waar je die leuke broek van de acteur plus bijpassende blouse koopt."

Weerkamp gaat in het januarinumner van EtailTrends dieper in op de zoekfunctie van webwinkels, die slimmer moet om online shoppers een veel relevanter aanbod te doen. Etailers hebben een flinke inhaalslag te maken op het gebied van kunstmatige intelligentie. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)