Alexa is een dom blondje

17-05-2018 10:56



Door Rupert Parker Brady
Directeur van Retaildenkers

We leven in een spannende tijd. Iedereen heeft het over de impact van kunstmatige intelligentie en personalisatie, terwijl het feitelijk draait om hoeveel vertrouwen je hebt in de intenties van een commercieel bedrijf. Consumenten kunnen (eindelijk) een bedrijf maken of breken dat te afhankelijk is van persoonsgebonden data. Het Facebook/Cambridge Analytica-debacle heeft mensen wereldwijd wakker geschud. We waren enkele dagen met z'n allen flink verontwaardigd. Onderzoek van Reuters onder Amerikaanse Facebook-leden toont echter aan dat deze boosheid nauwelijks gevolgen heeft gehad. Gebruikers zijn nog even actief, of zelfs actiever op Facebook na het privacyschandaal. Zijn we ook in Europa zo kort van memorie of laten we onze tanden zien? Als we af mogen gaan op de jongere consument, die Facebook links laat liggen, komt er een omslag. En wat betekent dat voor andere merken en retailers?

Een belangrijke mijlpaal is 25 mei, wanneer de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) van kracht wordt. Deze EU-wetgeving gaat ervoor zorgen dat de gegevens van de consument beter beschermd zijn. Bedrijven die naast transactionele gegevens ook over privacygevoelige informatie beschikken, moeten ermee rekening houden dat de consument het recht krijgt al hun persoonlijke gegevens in te zien, te verwijderen (als ze belazerd worden) en om onjuiste gegevens te corrigeren.

Nederlanders gaan massaal gebruikmaken van de rechten die de nieuwe privacywet hen biedt. KPMG heeft uitgezocht dat minder dan twintig procent van de Nederlanders in februari 2018 op de hoogte was van de

nieuwe privacywet. Als zij werden gewezen op hun nieuwe rechten, verklaarde tachtig procent in actie te komen. Sociaal wenselijk antwoord natuurlijk, maar privacy en veiligheid zijn zeker gevoelige thema's in Nederland. Kijk maar naar het referendum over de sleepwet.

Facebook liet op 18 april een advertentie in landelijke dagbladen plaatsen over de nieuwe wetgeving. Het was geen reactie op het schandaal, maar een bewuste keuze om aan de meldingsplicht te voldoen. Geen enkel ander groot consumentenmerk of retailer, heeft deze stap nog genomen. Waarom? Wellicht omdat directies als de dood zijn om slapende honden wakker te maken. Dit vraagt om marktleidersgedrag en de consument serieus nemen.

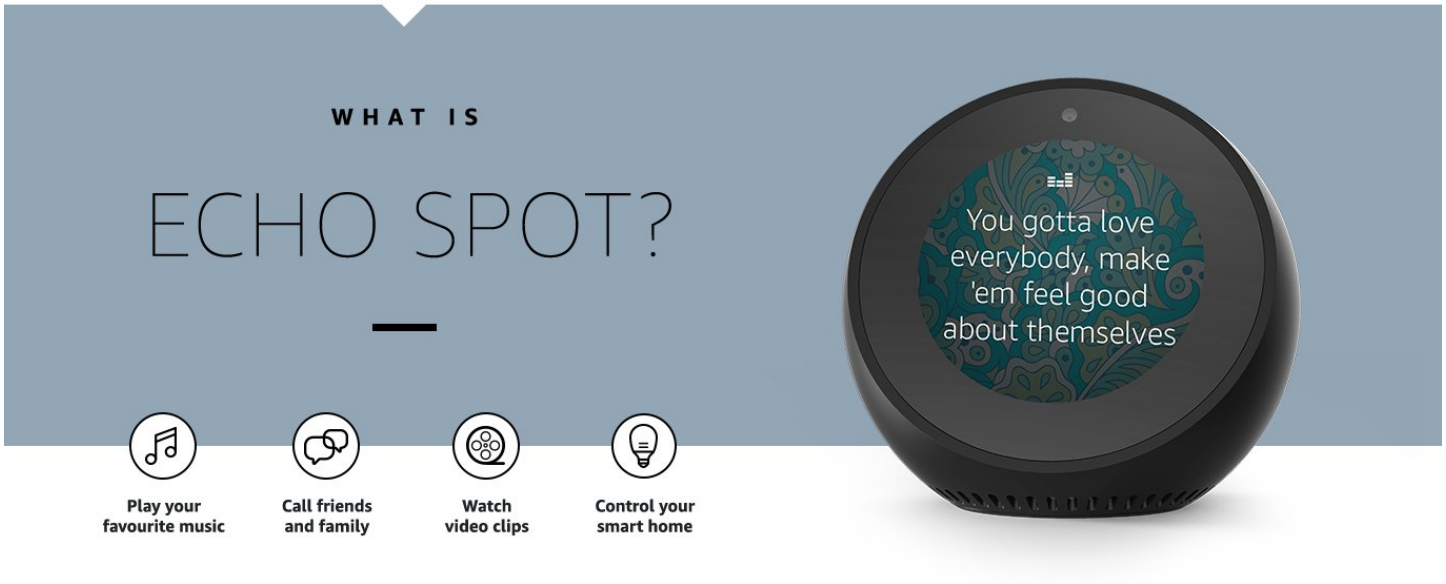
Het is nog maar de vraag of de meeste Nederlandse bedrijven de kluwen transactionele en persoonlijke informatie op tijd weten te ontrafelen. Het goede nieuws is dat een meerderheid van Europese privacy toezichthouders erkent dat de nationale wetten en benodigde financiering niet op orde zijn om misstanden te bestraffen en klachten te onderzoeken. Ook onze eigen Nederlandse Autoriteit Persoonsgegevens geeft toe dat het qua mensen en middelen onder druk staat om de deadline van 25 mei te halen.

Personalisatie en kunstmatige intelligentie
Terug naar de vurige wens van elke retailer en fabrikant om de relatie met consument te intensiveren. Watertandend staan marketeers in de rij om de klantrelatie digitaal en fysiek tot een belevenis te maken. Spraakgestuurde assistenten zijn in dat kader het gesprek van de dag. Techevangelisten en journalisten zijn lyrisch over de mogelijkheid dat straks ieder denkbaar apparaat kan worden aangestuurd met een slimme digitale butler. De technologiereuzen zien deze ontwikkeling als de volgende generatie computer-interface na de desktop-pc, laptop, smartphone en tablet. ABN Amro en Q&A hebben uitgezocht dat twintig procent van de Nederlandse consumenten bereid is om over drie jaar slimme spraakgestuurde assistenten als Google Assistant, Siri en Alexa in te zetten om te shoppen. Op dit moment is dat één op de tien. Dat percentage groeit volgens het onderzoek in 2021 naar achttien procent. Van de early adopters is tegen die tijd 33 procent van plan regelmatig gebruik te maken van een app of apparaat dat je bedient met je stem gedurende het winkelproces.

Van de 87 geïnterviewde retailers ziet zes op de tien de intelligente spraakassistenten als een commerciële kans. Een meerderheid verwacht de techniek in 2021 alleen of met een partner te gaan gebruiken. Op dit moment biedt één tiende van de winkeliers voice assisted shopping aan.
Als je echt gelooft in de toekomst van spraakgestuurde technologie, dan is degene met de meest gebruikte 'thuisassistent' misschien ook degene die het besturingssysteem van de toekomst in handen heeft. Amazon probeert de invloed van zijn AI-assistent uit te breiden over zo veel mogelijk toestellen. In de race om de thuisassistenten is Alexa de eerste die startte, en ook degene die aan het 'winnen' is. De concurrentie komt van Microsofts Cortana, Apples Siri en Google Assistant. Net zoals bij cloudopslag en agenda's, is synchronisatie voor thuisassistenten essentieel. Je wilt als consument dezelfde assistent voor je smartphone en je 'smart home', voor je auto en je televisie. Want als je in de auto je boodschappenlijstje dicteert aan Alexa, en je wilt dat later in de supermarkt opvragen met Cortana, de assistent van Microsoft, dan gaat het mis als die niet met elkaar praten. Uiteindelijk moet er een ecosysteem worden gecreëerd van gebruikers die dagelijks, misschien zelfs heel de dag, met je producten interacteren, en zo de gevraagde klantendata genereren voor merken en retailers.

Nederlandse markt
Ik ben geen techevangelist, maar ook geen scepticus. Ik geloof dat spraakgestuurde assistenten echt ons leven ingrijpend gaan veranderen. De mate waarin is natuurlijk de vraag. Dit jaar is de doorbraak nu Google Assistant eindelijk het Nederlands machtig is, en dit najaar het apparaat Google Home op de Nederlandse markt komt, waarbij bedrijven als Albert Heijn en bol.com klaar staan om de eerste vruchten te plukken van de

early adopters die het gaan omarmen. Amazon wil ook in de Nederlandse huishoudens terecht komen en verkoopt sinds december 2017 via de Duitse site slimme speakers die geen Nederlands spreken. Een ander belangrijk verschil is je alleen de internationale edities van de Amazon Echo, Echo Dot en Echo Plus kunt bestellen. Ze missen functies. Zo wordt bijvoorbeeld het koppelen met Spotify niet ondersteund en kun je niet met je stem iets bestellen op Amazon. Ook zijn een aantal van de 'skills' die je Alexa kunt leren niet te krijgen. Wat je wel kunt bedienen met je stem is Amazon Music Unlimited dienst.



Afgaande op mijn eigen persoonlijke ervaring met Amazon Alexa, zet ik voorlopig mijn centen op de Google-assistent. Tijdens de meivakantie verbleef ik met mijn gezin enkele dagen bij een vriend in Dublin, die helemaal gek is van gemak in combinatie met technische noviteiten. In zijn huishouden stonden twee Echo-apparaten, waaronder in de slaapkamer het super coole speeltje Echo Spot: een mini-tv die eruit ziet als een alarmklok. Zowel mijn kinderen als ik maakten driftig gebruik van Alexa om van alles te vragen en opdrachten te geven. Het viel mij op hoe dom en traag Alexa is. En hoe weinig flexibel van geest. Geen enkel gevoel voor humor of inlevingsvermogen in de gebruiker. Ja, natuurlijk kon ik naar muziek luisteren van Spotify en het licht aan en uit doen. Of zoekmachine vragen stellen zoals het weer of het laatste nieuws. Dat is met alle respect stenen tijdperk domme intelligentie.

Ik heb er meer fiducie in dat Google Assistant straks in het Nederlands via de Google Home stukken intelligenter en sneller reageert, maar ook op een onderhoudende wijze terug praat zonder dat je het gevoel hebt te praten tegen een debiele robot die zonder nadenken handelingen uitvoert. Over een half jaar weten we meer.

Rupert Parker Brady