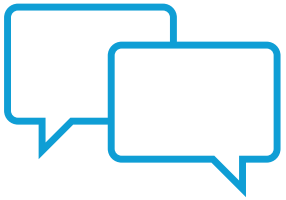
Einde van het live klantcontact?

Nuance ontbreekt in beschouwingen



river wise

Transformatie AI

AI brengt klantcontact in transformatie en zal veel interacties laten verdwijnen

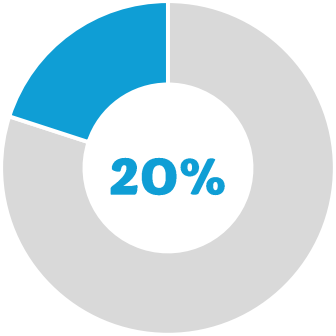
> ***Callcentres gaan door inzet van kunstmatige intelligentie in rap tempo verdwijnen***
>
> – Susan Athey, FD (maart 2025)

> ***Predicts agentic AI will resolve 80% of customer service issues without human intervention by '29***
>
> – Gartner (maart 2025)

> ***Werk je voor een callcenter of in de administratie? Denk na over een andere baan, zegt UWV***
>
> – Erik Oosterveld, arbeidsmarktadviseur bij UWV (juni 2025)

Transformatie AI

Internet had soortgelijke belofte, maar veel interacties zijn nog steeds persoonlijk



Interacties via persoonlijke kanalen

Hypotheekgesprekken

Hypotheekgesprekken kunnen digitaal, en in complexiteit kan het sluiten van een hypotheek ook zelfstandig met digitale tools. Toch neemt zelfs Gen-Z nog steeds standaard een persoonlijke adviseur in de hand.

Reisbureaus

Via het internet zijn vele platforms actief die op basis van ingevulde filters de beste deal voorschotelen, toch neemt het bezoek aan reisbureaus in de winkelstraat juist toe – ook bij Gen-Z.

Winkelen

Met opkomst van e-commerce zouden veel fysieke ketens die digitaal niet meekwamen ten dode opgeschreven zijn, toch floreert fysiek winkelen nog steeds bij veel productsoorten.

Tempo transformatie

Twee bepalende factoren voor snelheid disruptie: 1) vertrouwen/emotie consument

Vertrouwen / emotie consument

Transformatie gaat minder snel waar interactie/situatie impactvol is, waar vertrouwen moeilijker is om uit handen te geven, de mens nu nog waarde toevoegt en/ of een klant plezier beleeft aan het contact

Hoog belang vertrouwen/emotie

Ik kan deze schade het snelst digitaal melden, maar ik bel omdat er een aantal details belangrijk zijn en ik mijn verhaal wil doen

Laag belang vertrouwen/emotie

Mijn adreswijziging doe ik wel digitaal, ik vertrouw dat het dan overal goed verwerkt wordt

Tempo transformatie

Twee bepalende factoren voor snelheid disruptie: 2) technische complexiteit



Technische complexiteit

Transformatie gaat langzamer daar waar specialistische data/content, handelingsmandaat of tactiele handeling/ervaring vereist is

Er is menselijke toestemming nodig om de handeling uit te voeren

bv. ondertekenen via DigiD

Er moet een handeling worden uitgevoerd in de fysieke omgeving

bv. reparaties meterkast

Complexe eisen op het realistisch, bijna 'voelbaar' maken van de ervaring

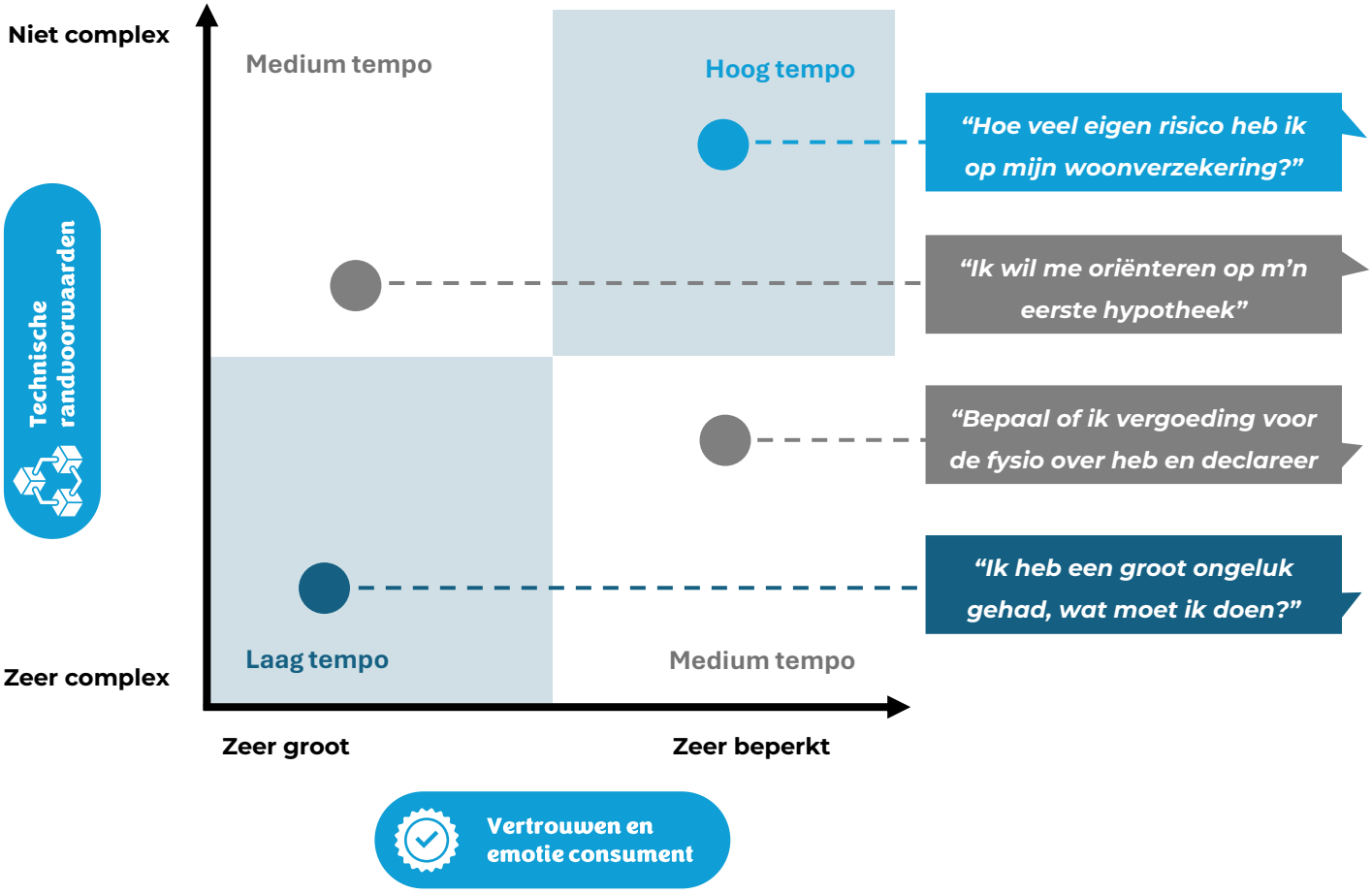
bv. kleding kopen

Het feit dat handelingen in jouw app gedaan moeten worden is dus geen technische beperking – agents kunnen hier (op termijn) óók op inloggen en de handeling daar uitvoeren. Het niveau van authenticatie kan dit wel complex maken (bv. DigiD).

Tempo transformatie

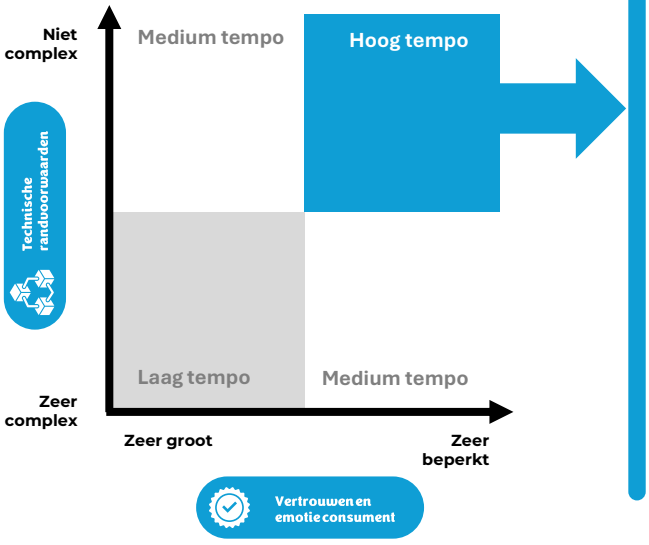
Zo ontstaat matrix voorspellend voor tempo transformatie

Voorbeeld financiële dienstverlening



Tempo transformatie

‘Hoog tempo’ op informatievragen nu al gaande



~35%

Gebruikt Gen AI chat als vraagbaak

~40-50%

Gebruikt Gen AI in online winkelen

~40%

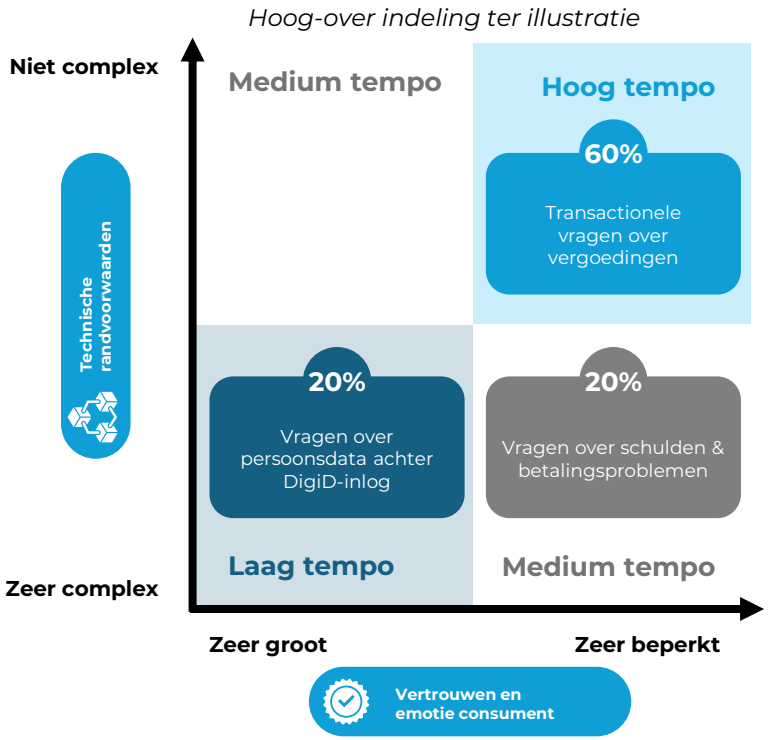
Gebruikt Gen AI in samenstellen van reis

Adobe Analytics traffic U.S. retail websites; FD 2025

> ***Voor organisaties zal een verschuiving ontstaan: Klanten zullen minder vaak op website landen, en vaker vanuit AI op pagina landen i.p.v. zoekmachines. En ook binnen zoekmachines wordt nu al vaak de AI-samenvatting vertrouwd (zero-click search).***

Tempo transformatie

Contact te verdelen over vier kwadranten – verschilt per sector en organisatie



Verhoudingen in verdeling contact verschilt sterk per sector

Banken

Medium tempo verwacht – hoog vertrouwen vertraagt tempo

Verzekeringen

Medium tot hoog tempo verwacht – relatief veel laag vertrouwen en niet complex

Energie

Hoog tempo verwacht - relatief veel low-interest contact & niet complex

Publiek

Medium tempo verwacht – hoog & laag vertrouwen en hoog & laag complex (m.n. DigiD)

...

Tempo transformatie

Vier aanbevelingen om voor te bereiden

Bepaal op wat voor tempo jouw contact transformeert

Bepaal in welk tempo welk type contact binnen jouw organisatie zal verschuiven naar agents op basis van technische complexiteit en/of vertrouwen/emotie consument (de matrix).

Kies bewust waar je zelf competenties wilt opbouwen

Bepaal welke onderdelen zelf te bouwen en wat uit te besteden (buy or build) op basis van onderscheidend vermogen en de positie die jouw organisatie beoogt te hebben.

Bewaak je eigen unieke assets & dienstverlening

AI-agents zullen jouw content en data op eigen platformen uitventen. Beslis daarom wat je publiekelijk deelt en wat in-house blijft, zodat je IP beschermd blijft en jij de regie houdt.

Beoordeel of je de trend gaat versnellen of vertragen

Snelle movers leren eerder en kunnen disruptief zijn; vertragen kan logisch zijn bij grote risico's (en impact daarvan). Kies wat het beste bij de context & het DNA van jouw organisatie past.

Bepalen hoe hard de transformatie gaat binnen jouw organisatie?

Neem contact met ons op!



Frank Nijenhuis

Director Riverwise

+31 (0)6 360 757 78

Frank.nijenhuis@riverwise.nl



Remco Volmer

AI Consultant Riverwise

+31 (0)6 33 01 99 02

remco.volmer@riverwise.nl

river · wise