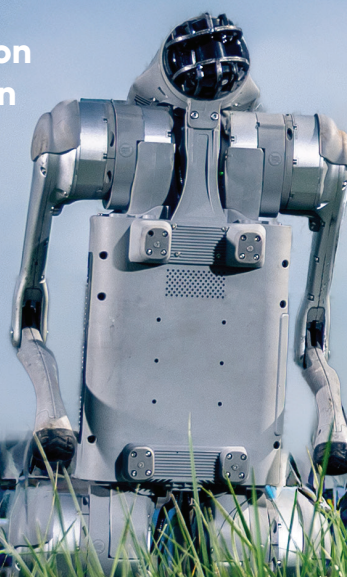


BMW Financial Services / Alphabet

# 'BIJ ONS STAAT INNOVATIE VOOROP'

BMW Financial Services / Alphabet behaalde een toppositie in de sector Automotive dienstverlening binnen de Innovatie 300. Volgens Chief Marketing & Innovation Officer Greo Belgers is dat geen toeval. "Dit is geen trucje of één project. Het is de optelsom van hoe wij innovatie organiseren en faciliteren."

Greo Belgers



**V**eel organisaties worstelen met de vraag waar innovatie thuishoort. Lange tijd was het idee dat vernieuwing buiten de organisatie moest plaatsvinden. Andere bedrijven richtten juist aparte innovatieafdelingen op. Volgens Greo Belgers werkt geen van beide benaderingen optimaal. "Innovatie is geen afdeling. Als je het daar neerlegt, gebeurt er te weinig", zegt de CMIO van BMW Financial Services / Alphabet. "In plaats daarvan richten wij ons op het creëren van een werkomgeving waarin medewerkers zelf kansen signaleren en oplossingen bouwen." Die aanpak vraagt om een duidelijke verschuiving in denken: minder nadruk op

plannen en controle, meer op experiment en uitvoering. "Niet nog een PowerPoint over wat zou kunnen, maar gewoon bouwen", aldus Belgers.

## MAKER SPACE ALS KRAAMKAMER

Die filosofie kreeg concreet vorm in de Maker Space, een intern initiatief rond AI en digitalisering. Wat begon als een experiment, groeide uit tot een community van medewerkers met uiteenlopende digitale vaardigheden, van het bouwen van softwarerobots (RPA) tot kunstmatige intelligentie. "We zagen dat mensen in hun eigen tijd al tools aan het bouwen waren om hun werk makkelijker te maken", vertelt

Belgers. "Door ze bij elkaar te brengen en er structureel tijd voor vrij te maken, ontstaat er versnelling." De deelnemers kregen één dag per twee weken om samen te werken aan ideeën en prototypes.

Mensen van verschillende afdelingen ontmoeten elkaar, delen kennis en dagen elkaar uit. Belgers: "Soms botst het een beetje, maar juist dat zorgt voor betere oplossingen." De Maker Space fungeert daarmee als een laagdrempelige, maar krachtige kraamkamer voor innovatie en leidde al tot zo'n zeventig AI-projecten. De opbrengst daarvan zie je overal: van klantgerichte toepassingen tot interne



DEEL ONLINE



procesoptimalisatie. Een concreet voorbeeld is automatische offerteverwerking. “We krijgen enorme volumes aan autoconfiguraties binnen die allemaal anders zijn opgebouwd en overgezet moeten worden naar een ander systeem”, zegt Belgers. “Dat werd handmatig gedaan, wat veel tijd kostte. Nu laten we AI dat werk doen.”

Daarmee wordt niet alleen aan kwaliteit en efficiency gewonnen, maar ontstaat ook ruimte voor taken met meer toegevoegde waarde.

### **EIGEN AI-PLATFORM FUNDAMENT**

Naast het bouwen aan de juiste cultuur is het eigen AI-platform GAIA (Group AI Assistant)

**Met dank aan Smart Robot Solutions Nijmegen.**



## 'ALS JE MENSEN DE RUIMTE EN DE MIDDELEN GEEFT OM TE BOUWEN, ONTSTAAT INNOVATIE VANZELF'

de tweede succesfactor. Dit platform is intern ontwikkeld om zowel controle als schaalbaarheid te waarborgen. "We willen dit soort technologie dicht bij onszelf houden", zegt Belgers. "Zeker in een sector waar concurrentie en datagevoeligheid groot zijn."

GAIA stelt medewerkers in staat om zelf toepassingen te bouwen die direct aansluiten op hun werkpraktijk. "Je hoeft geen developer te zijn om iets nuttigs te bouwen", zegt Belgers. Een opvallend onderdeel van GAIA is de interne appstore. Daarin worden alle ontwikkelde toepassingen gebundeld en gedeeld binnen de organisatie. Medewerkers kunnen bestaande apps gebruiken, aanpassen of verder ontwikkelen. Zo ontstaat een vliegwieleffect: wat één team bouwt, kan door anderen worden hergebruikt en verbeterd.

### INNOVATIE ALS STRATEGIE

Innovatie is bij BMW Financial Services / Alphabet geen los initiatief, maar een structureel onderdeel van de bedrijfsstrategie. Dat varieert van relatief kleine verbeteringen tot nieuwe diensten, zoals de Mobility Assistant, die verschillende mobiliteitsvormen integreert en automatisch CO<sub>2</sub>-uitstoot registreert. Belgers schetst hoe dit zich verder kan ontwikkelen. "Uiteindelijk wil je dat zo'n systeem proactief wordt", zegt hij. "Dat het bijvoorbeeld ziet dat er file staat en zelf een alternatief regelt, inclusief boeking en administratie."

### ROBOTHOND IN FABRIEK

"Bij onze innovaties zie je de synergie tussen mens en machine steeds belangrijker worden. En emotioneler", vervolgt Belgers. "Neem de Androids en robothonden: beide zijn al te vin-

den in de fabrieken van BMW. De robothond is voor mij meer dan een technologisch snuffje; hij belichaamt het idee van een responsive machine die het leven verlicht. Het laat mij zien dat innovatie niet alleen gaat over efficiency, maar juist over verbinding en de menselijke ervaring."

### CONCRETE TOEPASSING

"Innovatie doe je nooit alleen", stelt Belgers. "Dat geldt binnen de organisatie, maar zeker ook daarbuiten: hoe meer wij de buitenwereld erbij betrekken, hoe beter de innovaties. Een mooi voorbeeld zijn de BMW e-Drive-zones, die voortkomen uit de bijna decennialange samenwerking tussen BMW en de gemeente Rotterdam om leefbaardere steden te creëren. In een pilot werden deelnemers bij het binnenrijden van de stad met behulp van geofencing erop gewezen over te schakelen naar de elektrische modus van hun plug-inhybride. Met succes. Het systeem werd doorontwikkeld, zodat alle BMW plug-inhybridemodellen vanaf juli 2019 automatisch elektrisch rijden in 140 Europese steden", aldus Belgers. "We proberen steeds een stap vooruit te denken", zegt hij. "Niet alleen wat nu gewenst is, maar wat straks nodig is." Daarmee wordt innovatie ook een manier om toekomstige regelgeving en klantbehoeften voor te zijn.

### INNOVATIE ALS RESULTAAT

De toppositie in de Innovatie 300 is volgens Belgers dan ook geen gevolg van één initiatief. Het gaat om de samenhang tussen cultuur, technologie en strategische keuzes. "Dit werkt voor ons. Als je mensen de ruimte en de middelen geeft om te bouwen, ontstaat innovatie vanzelf."