

# OORDEELSVERMOMGEN IS ONS PRODUCT

De opkomst van AI maakt creativiteit en betrouwbaar oordeelsvermogen alleen maar waardevoller, vertellen Sander Smits en Marie Christine Padberg van McKinsey & Company.

AI opent ongekende mogelijkheden, maar het menselijke oordeel bepaalt of die leiden tot échte impact voor cliënten.



DEEL ONLINE

McKinsey & Company | Sander Smits en Marie Christine Padberg



“Onze cliënten willen vooruit, en met AI kunnen we ze verder brengen dan ooit. De technologie stelt ons in staat om vele lagen dieper te gaan. Voor een retailer analyseerden we met AI nieuwe markten en locaties voor vestigingen. Door bevolkingsdata, het straatbeeld en tientallen andere omgevingsfactoren te combineren, konden we de ideale plekken in kaart brengen. Zo werken onze teams sneller en scherper, waardoor er meer tijd overblijft voor wat ons écht onderscheidt: creativiteit en betrouwbaar oordeelsvermogen, juist wanneer het ertoe doet”, zegt Sander Smits, Office Managing Partner voor McKinsey in de Benelux.

## DRIJVENDE KRACHT

AI en technische hulpmiddelen zijn breed toegankelijk, stelt Marie Christine Padberg, Partner en Global Talent Attraction Coleader. “Juist daarom geven menselijke kwaliteiten steeds meer de doorslag bij het maken van blijvende impact.” Die kwaliteiten waren altijd al de drijvende kracht achter de successen van McKinsey, vervolgt ze. “Het gaat niet om de tools die we inzetten, maar om hoe onze mensen hun creativiteit, nieuwsgierigheid en

leervermogen gebruiken om die zinvol toe te passen.” Smits benadrukt dat een scherp oordeel ook noodzakelijk is voor goed gebruik van AI. “Het is verleidelijk om antwoorden die AI geeft voor waar aan te nemen. Maar het verschil tussen een goede en een verkeerde beslissing zit ’m in de mensen die deze antwoorden wegen, niet in de modellen zelf.”

## STEILE LEERCURVE

Een steile leercurve is van oudsher kenmerkend voor McKinsey, zegt Smits. “Het versnellen van ontwikkeling via echte cliëntuitdagingen, het meester-gezelmodel en voortdurende feedback zitten in ons DNA.” AI maakt dit model nog krachtiger, stelt hij. “Onze mensen leren nieuwe vaardigheden sneller dan ooit en passen die meteen toe op de meest uitdagende vraagstukken. Zo ontwikkelden ze met Team Visma | Lease a Bike een AI-systeem dat live racedata omzet in tactische beslissingen. Dit platform hielp de coaches tijdens Jonas Vingegaards Giro d'Italia.”

## LEADERSHIP FACTORY

Padberg beaamt dat volmondig: “Wij investeren in mensen die blijven groeien. Daarom wordt McKinsey al lang een ‘leadership factory’ genoemd, en dat blijven we. Zo leveren we voor onze cliënten. De vraag die ons elke dag drijft, is niet welke tools we inzetten, maar hoe we de beste mensen blijven ontwikkelen.” ◀

‘De vraag die ons elke dag drijft, is hoe we de beste mensen blijven ontwikkelen’