

Dankzij de toenemende automatisering en digitalisering beschikken steeds meer bedrijven over data. Het analyseren en omzetten van deze data in bruikbare informatie begint in steeds meer sectoren gemeengoed te worden.

AAN DE SLAG MET BIG DATA

Big data is de verzamelnaam voor alle digitale gegevens die via diverse digitale stromen en in verschillende vormen binnenkomen. Bij bedrijven zijn dit gegevens over klanten, technische specificaties van producten, in- en verkoopcijfers en kassa-informatie. Maar ook data uit externe bronnen zoals social media, cookies en weblogs maakt er onderdeel van uit. Het is de kunst om uit die enorme hoeveelheid data bruikbare informatie te filteren waarmee je efficiënter kunt werken, je bestaande diensten kunt verbeteren en nieuwe diensten kunt ontwikkelen. Daarnaast worden computers steeds sneller en krachtiger en zijn deze apparaten in staat om een grote berg aan data te analyseren.

MEERWAARDE

De meerwaarde van data-analyse zit onder andere in feit feit dat je met de informatie waarde kunt toevoegen voor je klant. Data-analyse maakt het bijvoorbeeld mogelijk om je aanbod te personaliseren en beter in te spelen op de individuele wensen van de klant. Daarnaast kan big data helpen om je product of dienst verbeteren. Waar hebben je klanten behoefte aan? Wat speelt er in de markt en in de maatschappij? Heb je een voorsprong of juist een achterstand ten opzichte van je concurrentie? Je klanten profiteren overigens ook van jouw big data als je met behulp van deze informatie je bedrijfsprocessen optimaliseert en zo sneller, goedkoper of beter kunt leveren. Welke processen kun je samen met ketenpartners verbeteren waardoor je klant direct profiteert?

VERZAMELEN

Als bedrijf beschik je over meer data dan dat je in eerste instantie misschien denkt. Elk bedrijf heeft interne data zoals product- en

verkoopinformatie, klantgegevens en productiegegevens. Uit het monitoren van de online handelingen en communicatie van je medewerkers en jezelf kun je ook veel informatie halen. Denk aan het navigeren op een website of het plaatsen van een bericht via social media. Social media als Twitter en Facebook hebben zelfs een analysetool. Nieuwe data creëer je door coderingen, formules en algoritmes toe te passen. Dat gebeurt bijvoorbeeld al in een spreadsheetprogramma wanneer in een kolom automatisch alle getallen worden opgeteld en zo nieuwe informatie voortbrengt. Daarnaast kun je apparaten uitrusten met sensoren. Deze slimme apparaten vergaren digitale informatie en communiceren via internet met mensen en/of andere apparaten: het zogenoemde Internet of Things (IoT).

Overigens bevat de data die je verzamelt zelf ook aanvullende informatie, oftewel metadata. Een mooi voorbeeld hiervan is een digitale afbeelding die je bij de fotowebsite Flickr downloadt. De metadata van deze foto bestaat uit bijvoorbeeld informatie over datum en tijdstip, gps-locatie, via welk account de foto is geüpload en technische gegevens, als flits, ISO en sluitertijd. Externe data kun je uit diverse bronnen halen en veel van deze data is gratis beschikbaar. Denk aan gegevens over weer (KNMI) en verkeer (RDW). Maar ook het CBS en het CPB stellen informatie en cijfers ter beschikking over uiteenlopende onderwerpen.

BESTAND OP ORDE

Voor je met de data aan de slag gaat, moet je zorgen dat deze digitaal, compleet en correct zijn. Dat laatste houdt in dat je data op een juiste en consequente manier inventariseert en dat al je medewerkers zich aan deze werkwijze houden. De nieuwe privacy-verordening



AVG of GDPR vereist dat je de datakwaliteit borgt in je bedrijf en dat je de medewerkers bewust maakt van hun verantwoordelijkheid op dit punt. Richting je klanten en leveranciers moet je duidelijk communiceren hoe je op een verantwoorde manier met de data omgaat.

ANALYSEREN

Het analyseren van een enorme berg data is een flinke klus, zeker als dit uit verschillende bronnen komt. Je kunt het beste klein beginnen met één set eigen data en kijken of je die informatie aan een interne en externe bron kunt koppelen. Vaak geeft dit al inzicht in hoe je waarde kunt creëren met data. Schrijf ideeën uit op papier. Op basis van de inzichten die je met het koppelen van de data krijgt, kun je algoritmes opstellen. Een algoritme bestaat uit een set regels die in een bepaalde volgorde worden uitgevoerd. Het kan worden toegepast bij een moeilijk proces, maar ook om een probleem snel of handig op te lossen. Exponentieel groeiende bedrijven



Dit artikel is gebaseerd op het e-book 'Boost je business met data' van de KVK. Dit e-book is gratis te downloaden via www.kvk.nl/advies-en-informatie/innovatie.

maken veel gebruik van algoritmes. Voorbeelden hiervan zijn Uber en Airbnb. Zij beschikken zelfs enkel over data, niet over middelen.

NIEUWE BUSINESS

Op basis van de analyse van je data kun je achterhalen waar je kansen liggen. Wanneer hier een idee voor nieuw product of nieuwe dienst uit voortkomt, is het raadzaam om dit idee eerst eens voor te leggen aan klanten of collega's. Op basis van de feedback kijk je of het concept kan worden uitgebouwd en hoe je dit het beste aan kunt pakken. Je kunt dit zelf doen, samenwerken met partijen of het ontwikkelen helemaal uitbesteden. Heb je aanvullende kennis nodig, dan kun je bij universiteiten, hogescholen en andere kennisinstellingen aankloppen. Denk aan TNO, het Big data Value center en het CBS Center for Big Data Statistics.

FINANCIERING

Data-analyse en het ontwikkelen van producten en diensten kosten geld, zeker als het om slimme en internetverbonden producten en apparaten gaat. Ook het gebruik en de exploitatie (connectiviteit, da-

ta-opslag) brengen extra kosten met zich mee. Naast diverse subsidies en regelingen zijn er tegenwoordig veel verschillende financieringsvormen beschikbaar, zoals kredietunies, crowdfunding en participatiemaatschappijen. Je kunt ook van verschillende financieringsvormen tegelijkertijd gebruikmaken. Het is sowieso altijd raadzaam om eerst met een adviseur om tafel te gaan zitten om te kijken welke financieringsvormen in aanmerking komen en hoe je daar toegang tot kunt krijgen.

Big data is de moeite van het verkennen waard. Bedrijven die veel tijd en energie in een gedegen aanpak steken kunnen met big data grote stappen maken en flink doorgroeien. Dat levert uiteindelijk hele bijzondere en innovatieve ideeën op zoals de digitale portal van een industrieslijperij waarbinnen klanten zelf hun product kunnen configureren of een bedrijf dat met behulp van data de scheepvaart inzicht kan geven in het brandstofverbruik. In elke branche is er wel een toepassing te bedenken.