

MEEBEWEGEN IN HET BIG DATA-EXPERIMENT

De MOA werkt aan het Expertise Center, een kennis- en adviesinstituut dat opdrachtgevers bijstaat in het veranderende onderzoeksland-schap. Els Molenaar is er voor de MOA volop mee bezig en ze bezoekt in dit jaar veel opdrachtgevers om het Center toe te lichten. De komende tijd doet ze daar verslag van in Clou.

TEKST ELS MOLENAAR

E nige tijd geleden woonde ik met veel plezier een lezing bij van Max Welling, sinds 2013 hoogleraar Machine Learning aan de Universiteit van Amsterdam. Hij heeft de gave om complexe materie eenvoudig uit te leggen, met voorbeelden die in de nabije toekomst werkelijkheid worden of in veel gevallen al zijn. Het was alsof de mist rond termen als big data, digitalisering, exponentieel, artificial intelligence en robotica voor me optrok en ik voor het eerst een helder beeld kreeg van de impact die deze zaken op onze manier van werken en leven kunnen hebben. Of het nu gaat om transport, energie, zorg, financiële of zakelijke dienstverlening, de enorme toename van data in combinatie met steeds krachtigere en slimmere technologie, het zal onze samenleving radicaal gaan veranderen. En ja, dat wordt al een tijd geroepen maar inmiddels is het ook praktisch. Op het moment dat ik schrijf, maart 2018, is de eerste 'blockchainbaby' aangekondigd.

Dynamiek

De toename aan beschikbare data en de slimme technologie om die te ontsluiten, leiden tot flinke veranderingen in de onderzoeks- en analytics-branche. De MOA onderkent dat. Organisaties gaan over op nieuwe manieren van werken, technologische ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op. Ook gebeurt er veel rond privacy. Dit zorgt voor veel strategische en tactische uitdagingen op het gebied van datamanagement. In deze dynamiek wil de MOA een rol spelen als Expertise Center en het overlegt momenteel met opdrachtgevers hoe deze rol het beste is in te vullen. Uit de eerste gesprekken met diverse organisaties worden een paar dingen duidelijk:

- Het data-domein is in volop beweging; er wordt verkend wat de diverse datastromen kunnen opleveren en hoe ze te combineren en te beheren zijn. Waar het naartoe gaat, kan niemand nog voorspellen.

- In veel gevallen is nog niet duidelijk wie de eigenaar van de data is. In veel gevallen is dat nu de afdeling die ze verzamelt of analyseert. Binnen organisaties is de toegang tot de diverse databronnen nog lastig, simpelweg omdat niet duidelijk is wat er beschikbaar is, waar het te vinden is of hoe je het ontsluit.

- Ondertussen moet, ondanks de onduidelijkheid, het huidige data- en insights-management georganiseerd worden. Grofweg gebeurt dit nu op drie manieren:

- 1 centralisatie: een centrale hub waar de exploratie van klantdata centraal staat. Dit vraagt om het op elkaar aansluiten van databases, herschikken van data, expertise om ze te analyseren, aan te vullen, te vertalen, etc. Het voordeel is dat er door deskundigen optimaal gebruik wordt gemaakt van de aanwezige en extern verzamelde data. Nadeel kan zijn dat er te weinig aansluiting is met de business.
- 2 decentralisatie: er is geen centrale data-afdeling, dataspecialisten zijn verdeeld over de business en hun toegevoegde waarde staat direct in dienst van dat deel van de organisatie. Voordeel is dat data-insights direct waarde toevoegen aan de business en in hetzelfde tempo meebewegen. Nadeel is dat er geen borging is van het totale klantbeeld.
- 3 specialisatie: er zijn diverse data-clubs binnen een organisatie, variërend van strategisch onderzoek, web-analytics, customer excellence- analyse tot UX-experimenten. Binnen de organisaties 'shoppen' opdrachtgevers bij deze specialisten. Samenwerking tussen data-afdelingen vindt niet altijd plaats. Voordeel is dat een organisatie echte specialisten in huis heeft die hun toegevoegde waarde moeten bewijzen. Nadeel kan zijn dat er geshopt wordt bij de best geprofileerde of meest meebewegende data-club en niet per se bij degene die inhoudelijk het best past bij de vraag.

Ontdekken

Duidelijk is dat er een experimentele fase is aangebroken en organisaties nog moeten ontdekken welke vorm van data-management het beste past. De MOA wil in die dynamiek meebewegen. Want als de hoeveelheid data enorm toeneemt, dan wordt het belang van goede data en insights alleen maar groter. En daar is kennis en expertise voor nodig. Hoe dat er uit gaat zien, is voer voor de gesprekken met diverse opdrachtgevers, en daar doe ik de komende tijd graag verslag van. <<