

Doe meer met Data!



&

Kennis = Macht
Data = Kennis

#

Data
=
Macht

Data = macht &

“Kennis is macht”, een eeuwenoud spreekwoord. Als we dit een beetje doortrekken, dan zou je kunnen zeggen dat data zorgt voor kennis. Dus, je zou ook kunnen concluderen; data is macht. Een goede motivatie om er een OOvB whitepaper aan te wijden.



Inleiding

In elk bedrijf wordt data verzameld. Dat kan data zijn van klanten, toeleveranciers, producten, van de markt of zelfs van het weer. Vaak zelfs zonder dat het heel bewust gaat. Die drang om data te verzamelen zit diep in ons DNA verankerd. Want data stelt ons namelijk in staat om een voorspelling te kunnen doen over de nabije toekomst. De landbouwer zal kijken naar het weerbericht om te kijken wanneer hij moet zaaien. De horeca-uitbater met een terras eveneens. De fabrikant van fietsen kijkt naar de toenemende vraag naar elektrische fietsen om zijn productiecapaciteit op tijd te kunnen aanpassen. De timmerfabriek zal kijken naar de inkooprijzen van hout en misschien wel wat extra bestellen als de prijzen dreigen te stijgen.

Met de toenemende digitalisering, hebben we steeds meer data beschikbaar. Machines zijn uitgerust met digitale meters, deurtellers meten het aantal winkelbezoekers, websites zijn digitale systemen geworden waarbij niet alleen het aantal bezoekers gemeten kan worden, maar waar ook de voorkeuren bijgehouden kunnen worden. De uitdaging is echter om iets zinnigs te doen met al die data. Wie erin slaagt is koopman. Zo blijkt namelijk dat bedrijven die data toepassen om hun verkoop te optimaliseren, het bijna anderhalf keer beter doen dan de bedrijven waar dat niet gebeurt.

In deze OOvB whitepaper “Doe meer met Data” gaan we in op een aantal aspecten waarmee je als ondernemer data kunt toepassen om je bedrijfsvoering te verbeteren.

We wensen je veel leesplezier.
OOvB adviseurs en accountants

© 2022

Data?

Wat is dat eigenlijk?

#

Data is informatie die wordt gegenereerd uit bedrijfsprocessen, producten en klanten. Dankzij de inzet van ICT oplossingen kan data op een gestandaardiseerde en gestructureerde wijze worden verwerkt en opgeslagen. Aangezien data niet alleen privacygevoelig kan zijn, maar ook gaat over bedrijfskritische processen, is veiligheid van data van essentieel belang.



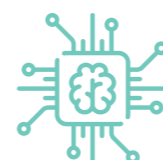
Meer en meer data

Door de impact van het internet, is er eigenlijk geen bedrijf meer te vinden dat zaken kan doen zonder inzet van digitale processen. Daarbij kan het gaan om digitaal klantcontact, de verwerking van orders, online marketing. Ook interne bedrijfsprocessen worden meer en meer digitaal verwerkt. Van financieel-administratieve processen tot voorraadbeheer en van inkoop tot verzending. Deze voortgaande digitalisering verandert de wijze waarop medewerkers samenwerken en communiceren, en het zorgt vooral voor allerlei data.



De structuur van data

Door de toename van data zijn nieuwe uitdagingen te overwinnen. Immers, met ruwe data kun je als ondernemer of manager nog niet zoveel. Gelukkig zijn er vele automatiseringssystemen die het mogelijk maken om de data op juiste wijze op te slaan, te verwerken en toe te passen. Het 'ouderwetse' boekhoudpakket is er een voorbeeld van, maar de uitgebreide datasets kunnen beter beheerd worden in ERP systemen (Enterprise Resource Planning) of in CRM systemen (Customer Relationship Management). Daarnaast worden meer en meer 'apps' (software applicaties) ingezet voor specifieke data toepassingen.



Hoe wordt data informatie?

Data krijgt pas waarde als je er iets mee kunt doen. Dat betekent dat er sprake dient te zijn van samenhang van context en betekenis. Daarvoor kunnen data analytics en business intelligence systemen helpen. Aangezien de omvang van ruwe data zo enorm is, is de inzet van business intelligence software nodig om betekenis te geven aan de data. Dankzij de opkomst van de vele webwinkels, waarbij op elk moment informatie over de voorraadposities gewenst is, zie je bij vele ondernemingen de waarde van relevante data toenemen.



Het verschil tussen statische en dynamische data?

Data kan gestructureerd zijn en ongestructureerd. Data kan eveneens statisch zijn of dynamisch. Statische data is nauwelijks aan wijzigingen onderhevig. Bijvoorbeeld het aantal stellingplaatsen in je magazijn, maar ook gerealiseerde orders van afgelopen maand. Dynamische data echter, is onderhevig aan allerlei veranderingen. Hierbij kun je denken aan inkooprijzen, het aantal bestellingen en transportkosten. Dynamische data is dus noodzakelijk om je actuele bedrijfsprocessen te optimaliseren terwijl statische data vooral ingezet kan worden om analyses te doen.



Opslag en beheer van data

Zoals eerder gezegd; er ontstaat meer en meer data. Aangezien deze data bedrijfskritisch is en vaak ook privacygevoelige (klantinformatie) bevat, is de noodzaak van een veilige opslag en beheer van essentieel belang. De meeste geautomatiseerde softwaresystemen bieden daarvoor al oplossingen (opslag en beveiliging in de cloud). Toch is het raadzaam dat je, als je meerdere softwareoplossingen gebruikt, ook advies inwilt bij een onafhankelijke partij voor het optimale en veilige beheer van je data.

Aan de slag met data-verwerking.

Het digitaliseren van processen en het op juiste wijze verwerken van data is geen eenvoudige klus. Bovendien zijn de kosten van softwaresystemen en dienstverlenende experts aanzienlijk. Om over de mogelijke weerstand in je bedrijf door medewerkers nog maar te zwijgen. Daarom is het zinvol om vooraf goed na te denken wat je eigenlijk wilt bereiken met de inzet van een gedigitaliseerd proces. Verder is het ook slim om uit te zoeken of je de beoogde digitalisering en automatisering op kleine schaal (wellicht als een 'pilot') kunt gaan uitproberen.



Datastrategie

Voordat je aan de slag gaat met je automatisering- digitaliseringsprocessen is het om een duidelijk beeld te hebben van wat je precies wilt bereiken. Doe dat vooral ook samen met een aantal medewerkers uit je bedrijf die de praktische kant van de bedrijfsprocessen goed kunnen beoordelen. Daarbij kun je al eens bedenken welke informatie je nu al weet of kunt herleiden. Ook is het zinvol om erover na te denken in welke vorm de data voor jou waardevol zal zijn. De uitkomsten hiervan zijn leidend voor je datastrategie.



Datawarehouse

Om te voorkomen dat je data alleen toegankelijk is vanuit een specifieke applicatie of database, is het raadzaam om alle data te ontsluiten via een datawarehouse. Zo kun je vanaf een centrale plek toegang hebben tot alle relevante data. Hierdoor voorkom je ook dat applicaties onnodig belast worden met dataopslag.



Rapportages en visualisatie

Als het goed is heb je in je datastrategie bepaald op welke wijze je de verschillende data gepresenteerd wilt hebben. Dus niet perse alleen in excel lijsten, maar bijvoorbeeld in interactieve en dynamische presentaties via een softwareprogramma als Power BI. Hiermee kun je je wenselijke grafieken en KPI dashboards maken.



Voorspellen met predictive analytics

Als je kijkt naar data, gaat het meestal over het verleden. Het wordt natuurlijk pas echt interessant als je data kunt inzetten om een voorspelling te kunnen doen voor de nabije toekomst. Door bepaalde software tools of applicaties in te zetten, kun je op basis van historische data ook voorspellende berekeningen laten uitvoeren. Vooral in e-commerce omgevingen wordt daar volop gebruik van gemaakt.



Artificial Intelligence of Marketing Automation

Wanneer je meer en meer vertrouwt op data voor je bedrijfsbeslissingen, dan is het dus wenselijk om alle data in te zetten die bijdragen aan een nauwkeurige voorspelling. Hoe meer data hoe beter, is daarbij de gedachte. Dat vraagt echter om een verregaande automatisering. Zover dat het te overwegen is om marketing automation of artificial intelligence in te zetten, zodat menselijke inzet niet meer nodig is voor vervolgtacties.



Valkuilen?

Zo
voorkom
je ze.

#Tip 1 - Weet wat je wilt bereiken

Data kan helpen om bedrijfsprocessen te optimaliseren, klantervaringen te verbeteren en betere beslissingen te nemen. Toch is het goed te weten dat je niet alles tegelijk dient te doen. Dat heeft niet alleen te maken met de benodigde investeringen, maar vooral ook met het opbouwen van kennis en de 'veranderingen' die ervoor nodig zijn in je bedrijf. Het is dan ook goed te bedenken om je data-, digitaliserings- en automatiseringswensen te verbinden aan heldere doelen.

#Tip 2 - Maak iemand eindverantwoordelijk

Als je op een professionele manier wilt omgaan met data en digitalisering, is het ook belangrijk dat je er iemand verantwoordelijk voor maakt. Niet zomaar als een 'taak' erbij, maar als hoofdtak. Is daarvoor niemand geschikt in je huidige organisatie? Aarzel dan niet om er iemand voor aan te nemen.

#Tip 3 - Maak de organisatie bekend met data

Data, en alle andere cijfers, zeggen iets over de cultuur in een bedrijf. Als je op dit moment nauwelijks met cijfers werkt in de beoordeling van bepaalde presentatie, dan is het goed om dat snel op te bouwen. Deel data met alle relevante mensen in je organisatie. Hierdoor ontstaat een cultuur waarbij data op waarde wordt geschat.

#Tip 4 - Organiseer een datateam

Als je verwacht dat mensen in je bedrijf anders gaan werken omdat je het vraagt, dan zou dat best eens op een teleurstelling kunnen uitlopen. De inzet van software, applicaties en andere tools om meer met data te gaan doen lukt alleen maar als dat breed gedragen is in de gehele organisatie. Het kan daarbij helpen om op elke afdeling een 'ambassadeur' aan te stellen die betrokken is in de digitalisering en automatisering van je bedrijf.

#Tip 5 - Let op met het verspreiden van data

Het is heel goed om alle relevante data te delen met de mensen in je bedrijf. Toch is het goed te beseffen dat de meeste data vertrouwelijk is. Het is belangrijk om je medewerkers daarvan te doordringen. Het heeft niet alleen te maken met je concurrentiepositie, maar ook met vertrouwelijkheid, bijvoorbeeld de data van je klanten.

#Tip 6 - Blijf leren

Het automatiserings- en digitaliseringstraject in je bedrijf gaat met vallen en opstaan. Hoe meer je leert, hoe beter het zal gaan. Dat geldt natuurlijk ook voor je medewerkers. Dus, zorg ervoor dat je investeert in de kennis van medewerkers en dat je bij de aanname van nieuwe medewerkers ook kijkt naar hun ervaringen op het gebied van digitaliseringstrajecten.

#Tip 7 - Vraag hulp

Er is veel kennis aanwezig bij toeleveranciers, concurrenten, afnemers als het gaat om data-intensieve trajecten. Aarzel niet om die kennis aan te roepen. Bij OOvB adviseurs en accountants vind je ook nuttige informatie over automatiserings- en digitaliseringsonderwerpen. Bovendien heeft OOvB dankzij haar professionele netwerk toegang tot deskundige partners die ook jouw bedrijf kunnen helpen. Vraag ernaar bij de OOvB bedrijfsadviseur. info@oovb.nl

Data begrippenlijst.

Zoals dat voor veel specialistische vakken geldt, ontstaan er al snel woorden en uitdrukkingen die voor een buitenstaander klinken als abacadabra. Het zogenaamde jargon. Daarom zal deze begrippenlijst geen overbodige luxe zijn.



AI (Artificial Intelligence) – de mogelijkheid van machines en computers om zonder tussenkomst van menselijk handelen beslissingen te nemen.

BI – Business Intelligence, het proces waarop data wordt verzameld, verwerkt en geanalyseerd.

Big data – complexe digitale gegevenssets (datasets).

Blockchain – een techniek waarmee een netwerk van gebruikers gezamenlijk een database van transacties kan bijhouden.

Cloud (of cloud computing) – IT diensten die via internet worden verleend en toegankelijk zijn.

Co-bots – een robot die naast en met mensen kan werken.

Data mining – statistische verbanden en patronen vinden in een grote berg data.

Deep learning – vermogen van een computer om effectief leergedrag te vertonen.

Dropshipment – fulfillment methode waarbij een online winkel de aangeboden producten vanuit de leverancier laat versturen aan de koper.

E-cmr – digitale vrachtbrief.

E-fulfilment – volledige logistieke afhandeling van orders uit webshops.

ERP – Enterprise Resource Planning, software die alle processen in een bedrijf inzichtelijk maakt.

Fleet management system (FMS) – overzicht van voertuigen, de inzet ervan en de bijbehorende kosten.

IShare – set van afspraken over het delen van data in de logistiek.

Last mile – term uit de vervoersector waarmee het laatste stukje van de traject naar de eindbestemming wordt aangeduid. Dat is veelal het duurste stukje van het hele transport.

Logistiek 4.0 – aanduiding voor de digitale transformatie van de logistiek.



Machine learning – kunstmatige intelligentie waarbij systemen door dataverwerking leren en presteren.

Open Trip Model (OTM) – datadeeltoepassing voor de online uitwisseling van realtime logistieke en verkeerskundige data.

Platooning (ook wel truckplatooning) – vrachtauto's die, elektronisch verbonden, op korte afstand van elkaar als in een soort treintje rijden over lange afstand.

Smart industry – intelligente en zelfdenkende waardeketens.

Software as a Service (SAAS) – gebruik van software door middel van een online dienst.

Supply chain – alle schakels vanaf een grondstof of materiaal tot een eindproduct. Hierbij wordt niet alleen gekeken naar de productie of het vervaardigen van het product, maar ook naar het transport en de eventuele opslag.

Supply chain finance – financieringsconstructie waarbij ondernemingen in een supply chain samenwerken om de kredietverstrekker meer zekerheid te geven, in ruil voor gunstige financieringsvoorwaarden.

Supply chain management (SCM) – integraal ketenbeheer.

Supply chain visibility – het volgen en zichtbaar maken van productorders en fysiek producttransport, van productiebron tot de eindbestemming.

TransFollow – papierloos transportconcept, met een digitale vrachtbrief, tracking & tracing en een webportaal.

Transport management system (TMS) – softwaresysteem dat de inkoop van transportdiensten, het berekenen van de optimale routes en de registratie en uitvoering van de transportplannen ondersteunt.

VR (virtual reality) – realistische elektronische objecten en gebruikersinterface-toepassingen.

Warehouse management system (WMS) – softwaresysteem dat inzicht biedt in voorraden en supply-chain processen in de keten.



Waar vind je ons?



 5 vestigingen

 120+ professionals

 3000+ klanten

Vestigingen OOvB adviseurs en accountants.



Cuijk
Gildekamp 12
5431 SP Cuijk
Telefoon: 0485 - 316844
Emailadres: cuijk@oovb.nl



Heesch
De La Sallestraat 8
5384 NK Heesch
Telefoon: 0412 - 612818
Emailadres: heesch@oovb.nl



Uden
Sportlaan 1
5404 NM Uden
Telefoon: 0413 - 820429
Emailadres: uden@oovb.nl



Wanroij
Bus 8
5446 PK Wanroij
Telefoon: 0485 - 452817
Emailadres: wanroij@oovb.nl



Wijchen
Vijverlaan 21
6602 CX Wijchen
Telefoon: 024 - 6412471
Emailadres: wijchen@oovb.nl



Kijk
altijd
vooruit...



...dat is de
kant waar je
naar toe gaat.

