De rol van IT bij bredere inzet van BI

De democratisering van business intelligence

Inzicht krijgen is waar business intelligence om draait. En welke medewerker in een organisatie heeft nu geen behoefte aan inzicht? Hiermee is de trend van democratisering van BI samengevat. Steeds meer disciplines in de bedrijfsvoering krijgen toegang tot de functionaliteit. Maar hoe ver gaat de onderneming daarin? Stelt deze BI zelfs beschikbaar aan haar klanten? QlikTech organiseerde samen met *TITM* een rondetafelbijeenkomst over dit onderwerp.

Een goede organisatie achter business intelligence is een must, opent een van de deelnemers tijdens het kennismakingsrondje meteen de discussie. "Anders treedt er wildgroei op en ga je je BI-tool ongericht inzetten en heb je in feite niet veel meer dan een officedatabasetoepassing."
Daarop reageerde een ander: "Wil ik BI wel in bedwang houden? Moet je het niet breed beschikbaar maken? Als iedereen weet wat de strategie is en zijn stapje zet, dan is het totaalrendement toch fantastisch?" Volgens weer een ander is dat nu juist het voordeel van het hebben van inzicht: "Of om besparing te realiseren of om een hogere opbrengst te genereren."
Dat was ook een van de redenen voor De Hypotheekshop, aanbieder van hypotheekadvies, om business intelligence in te voeren. Het bedrijf opereert onafhankelijk van financiële dienstverleners en levert hypotheekadvies aan meer dan 15.000 klanten per jaar via een netwerk van 180 franchisevestigingen. De Hypotheekshop koos voor de BI-oplossing QlikView. Daarmee krijgt de hypotheekadviseur realtime inzicht in markt- en omzetgegevens en dat alles op de iPad.

> "Bij het neerzetten van een consistent model hebben business en IT elkaar nodig"

Direct inzicht

Patrick Nelissen, franchise & formulemanager bij De Hypotheekshop, leidde de discussie met een korte presentatie in: "Het vermogen om direct inzicht te krijgen in wie onze klanten zijn, welke marges we maken, hoe het in de markt gaat en welke marktpotentie we hebben, levert ons heel concreet geld op. We hebben bijvoorbeeld een beter inzicht in de demografische profielen van onze klanten. Dat inzicht hebben we ook als gevolg van een koppeling van onze informatie met gegevens van het Kadaster en het Centraal Bureau voor de Statistiek. We hebben onze verkoop en marketing op die klantprofielen aangepast, zodat we veel gerichter klanten kunnen benaderen. We weten nu precies waar we onze klanten kunnen bereiken. En dat leidt weer tot een hogere conversie en hogere verkopen."
Als gevolg van deze implementatie stelt De Hypotheekshop een conversiestijging van 30 procent te hebben bereikt. Daarnaast noteert het bedrijf een effectiviteitsverbetering van 15 procent op de marketingkosten en een kostenbesparing voor de franchiseves-

tigingen van 10 procent. De franchisenemers hebben via een iPad inzicht in de dagelijkse bedrijfsvoering. Nelissen: "Ze zien kosten en omzet, maar ook hoe het gaat in het distributiekanaal en welke marges we maken."

KPI's

De Hypotheekshop formuleerde zes key-performance-indicatoren. Een van de aanwezigen wilde weten of het formuleren daarvan onderdeel van het proces was. Nelissen: "Als je begint met het bouwen van een dergelijk product, krijg je verzoeken voor vierhonderd grafieken. Ons eerste dashboard was veel te uitgebreid. Daarna zijn we drastisch teruggegaan in aantallen grafieken. We hebben nu nog maar zes parameters; we hebben het veel simpeler gemaakt." Die paramaters zijn marktaandeel, aantallen afspraken met klanten, de klantenreviews, de conversies en de transacties. Zijn er ideeën om de informatie die De Hypotheekshop heeft naar klanten toe te gebruiken, vraagt een deelnemer zich af. Nelissen: "Daar zijn we wel nadrukkelijk naar aan het kijken." Welke kant Nelissen op denkt, wil hij op dit moment uit concurrentieoverwegingen nog niet zeggen.

Centraal of decentraal

Traditioneel worden BI-rapporten door de IT-organisatie gebouwd en aan 'de business' ter beschikking gesteld. Moet dit nog steeds de gang van zaken zijn in een tijd van democratisering van BI? In de woorden van een van de deelnemers: "De vraag is hoe je de rapportages aanpakt. Zet je vanuit IT gestandaardiseerde rapporten ergens centraal neer of stel je de tool voor alle medewerkers open, zodat ze hun gang kunnen gaan?"
De betreffende participant geeft aan dat hijzelf midden in die discussie zit: "De business maakt zijn eigen rapporten en kan deze als zijn waarheid gaan zien, waardoor de waarde van de rapporten van IT wel eens zou kunnen dalen."
Het is altijd een samenspel tussen business en IT, antwoordt een andere deelnemer. "Zorg dat je samenwerkt in de fase van het definiëren van de uitgangspunten en definities voor de BI-tool. Binnen de vastgestelde en goed geborgde container van definities mag de gebruiker van mij best de vrijheid hebben om zijn eigen rapporten te maken. Wanneer gaat een gebruiker namelijk iets doen met informatie? Als hij het gevoel heeft dat deze van hem is en hij er vertrouwen in heeft. De dood-

steek is dat IT aankomt met een mooi rapport dat toch niet wordt gebruikt."

De rol van IT

De rol van IT verandert daarmee, constateert een ander. "We zijn veel meer verantwoordelijk voor een juiste invoer: klopt de data wel? En hoe krijgen we die het beste ontsloten voor onze gebruikers? Dat vraagt meer inspanning dan je in eerste instantie zou zeggen, bijvoorbeeld in het standaardiseren van bedrijfsprocessen." Daardoor kan de data afkomstig uit het ene cluster ook daadwerkelijk vergeleken worden met de data uit een ander cluster, om ze voor de vergelijking tegenover elkaar te kunnen zetten. "In het neerzetten van dat consistente model hebben business en IT elkaar hard nodig."

> **Informatie aan de klant beschikbaar stellen, is nog toekomstmuziek**

De business is prima in staat rapportages te maken. "Maar wat is de kwaliteit van die rapporten ten opzichte van de gestandaardiseerde rapporten?", vraagt een van de deelnemers zich af. "Moet je er geen kwaliteitslabel aan hangen?" Een andere deelnemer reageert: "Laat de verantwoordelijkheid bij de business. De kwaliteit van de rapportage is hun verantwoordelijkheid en het is hun beslissing. Op het moment dat de informatie een algemeen belang krijgt, moet je het wegtrekken en centraal de rapportage organiseren. Dat is nu eenmaal efficiënter."

Toekomstmuziek

Een stap verder in de democratisering van business intelligence is waardevolle informatie aan de klant ter beschikking stellen, kaart weer een andere deelnemer aan: "Wellicht wil hij daar zelfs voor betalen, net zoals ik betaal voor informatie van het *Financieele Dagblad* omdat ik die informatie waardevol vind."
Maar die slag wordt nog lang niet geslagen. Het is toekomstmuziek, de bekende stip op de horizon, zo blijkt tijdens de rondetafel. Eerst intern maar eens de zaak op orde, te beginnen bij het datawarehouse, de tussenlaag met goed gedefinieerde datamarts en de business-intelligencetool.

Hoe die democratisering concreet in de praktijk wordt vormgegeven, is volop onderwerp van discussies, zo bleek tijdens deze rondetafelbijeenkomst. Duidelijk is in elk geval dat business en IT in het neerzetten van dat model samen nauw moeten optrekken. "Dit is iets wat IT niet alleen moet doen."