

**In 4 stappen
transformeren naar
een datagedreven
organisatie.**



Uit onderzoek blijkt dat datagedreven organisaties beter presteren doordat ze betere klant ervaringen geven, hogere medewerkerstevredenheid realiseren en efficiënter met processen omgaan! Denk eens aan de mogelijke resultaten in de vorm van hogere klanttevredenheid, sneller innoveren middels nieuwe dienstverlening, 70% meer omzet per medewerker en tot 22% meer winst.¹

Wil je datasilo's doorbreken en de volgende stap maken om datagedreven werken te ondersteunen? In deze whitepaper vertellen we hoe organisaties met data gedreven maken. We leggen in vier stappen uit hoe we een dataplatform vormgeven en ontwikkelen dat past bij de ambities van die succesvolle organisatie.

Wat is een datagedreven organisatie?

Voor we ingaan op de vraag hoe je een datagedreven organisatie wordt, is het belangrijk om duidelijk te maken wat we precies bedoelen met de term 'datagedreven'.

Bij Sogeti hanteren we de volgende definitie:

"Datagedreven werken is het kunnen sturen op basis van data om op basis van deze data vervolgens beslissingen te nemen. Zo neem je als organisatie niet (alleen) meer besluiten op basis

van een vermoeden, een mening, intuïtie of het zogenaamde onderbuikgevoel."²

Zoals in de inleiding aangegeven legt datagedreven werken ondernemingen geen windeieren en kan het de omzet en winst dusdanig doen stijgen.

Om een significant concurrentievoordeel te behalen. Om beslissingen te nemen op basis van de data is het dus van groot belang dat deze data betrouwbaar én beschikbaar zijn voor rapportage en andere vormen van consumptie. Binnen veel organisaties is er één grote drempel om te starten met datagedreven werken: datasilo's.

1) Capgemini 2020: Rapport Datagedreven Organisaties

2) Sogeti: Business Object Model als basis voor een data driven organisatie

Doorbreken van datasilo's

Niets is frustrerender dan te weten dat je als organisatie de juiste gegevens hebt en niet in staat bent om de toegang tot data te krijgen wanneer je het nodig hebt. Denk bijvoorbeeld aan het snel ontsluiten van data om te kunnen rapporteren conform nieuwe wetgeving, het snel inzicht krijgen in financiële scenario's (zoals de impact van Covid-19 op de omzet en winst) en het compleet kunnen volgen van de klantreis voor verschillende producten.

Vaak zijn organisaties niet in staat dergelijke rapportages te creëren omdat gegevens in domeinsilo's zijn opgeslagen. Hierdoor kan het gebeuren dat verschillende afdelingen over vergelijkbare databronnen beschikken die net andere informatie bevatten. Het combineren van die data is hierdoor-nagenoeg niet mogelijk. Daarom is het cruciaal voor organisaties die datagedreven willen werken dat de datasilo's doorbroken worden en dat data met één druk op de knop geïntegreerd kunnen worden.

Het Sogeti data platform

Een essentieel middel om de datasilo's te doorbreken, is de inzet van een dataplatform. Bij Sogeti hebben we daarom het Sogeti Data Platform (SDP) ontwikkeld. Dit is een cloud-platform op basis van bewezen technologie dat organisaties in staat stelt geautomatiseerd data te ontsluiten uit elke benodigde bron en deze om te zetten naar waardevolle informatieproducten. Denk hierbij aan rapportages, data science-modellen en API's. De databronnen uit de verschillende silo's komen op deze manier samen binnen één platform.

Omdat iedere organisatie andere behoeften heeft, zetten we nooit overal exact hetzelfde platform neer en creëren we samen met onze klanten een dataplatform dat de organisatie ondersteunt bij de innovatie en verandering die past bij hun ambities. Toch kunnen we wel algemene kenmerken benoemen die onze platformaanpak uniek maken:

- Cloud native.
- Integratie van elk type bron.

- Geschikt voor diverse type gebruikspatronen.
- Het kunnen uitleveren van gebruiksklare datasets ten behoeve van rapportages, API's, AI-modellen en gegevensuitwisseling met andere organisaties.
- Optimale data governance en levering van informatieproducten.
- Flexibel op- en afschalen van compute en storage capaciteit.
- Bouwblokken afgestemd op actuele usecases.
- Versnellers/Accelerators om sneller tot resultaat te komen.



‘Een dataplatform is aan bij de ambities en doelstellingen van de organisatie’

Stappenplan voor de implementatie van een dataplatform:

Zoals eerder aangegeven is niet één Sogeti Data Platform exact hetzelfde. Hoe komen we dan tot de implementatie van een platform dat past bij de specifieke situatie van onze klanten? Aan de hand van het volgende stappenplan leggen we uit hoe we een dataplatform ontwikkelen en ervoor zorgen dat onze klanten het fundament hebben om de beschikbare data om te zetten om naar zinvolle inzichten en volledig datagedreven beslissingen te nemen.

1) Het bepalen van de ambitie door middel van een GAP-analyse

Vrijwel iedere organisatie beschikt over verschillende databronnen aan de hand waarvan ze strategische beslissingen kunnen nemen. Denk aan gegevens in het boekhoudsysteem, het CRM, het ERP, verschillende Excelbestanden en andere externe databronnen. Om te beginnen is het belangrijk om in kaart te brengen waar je als organisatie staat op het gebied van datavolwassenheid. Dit is het vertrekpunt voor de datareis van jouw organisatie. Vervolgens wil je een doel bepalen waarin je vastlegt wat het gewenste resultaat van de transformatie moet zijn.

Belangrijke vragen die beantwoord worden zijn 'Waar willen we als organisatie op sturen?' of 'Welke KPI's zijn zinvol om bij te houden?'. Het belang van deze antwoorden mag niet onderschat worden. Een valkuil is namelijk dat organisaties geen prioriteiten bepalen. Het feit dat je alles kunt meten, betekent niet dat je alles moet meten. Het gevaar is dan namelijk dat er veel tijd wordt gestoken in het verkrijgen van data en het opstellen van dashboards die uiteindelijk onvoldoende businesswaarde opleveren. Ons advies is daarom 'denk groot – begin klein'. Zo kun je starten op een schaalbare manier zonder dat je veel risico loopt.

Om het vertrekpunt en de ambitie vast te stellen maken we bij Sogeti gebruik van workshops. Met verschillende stakeholders (zoals de directie en management, business intelligence en de IT-afdeling) brengen we de gewenste situatie in kaart. Op basis van de uitkomsten stellen we een GAP-analyse op als input voor de volgende stap: de routekaart.

Stappenplan voor de implementatie van een dataplatform

1. Bepalen van de ambitie door middel van een GAP-analyse.
2. Invullen van de routekaart.
3. Jumpstart van data-platformfundament.
4. Beheer en door-ontwikkeling van het platform.



'Het feit dat je alles kunt meten, betekent niet dat je alles móet meten'

2) Het invullen van de routekaart

Als we weten waar we nu staan en weten waar we naartoe willen, dan kunnen we de routekaart van onze reis invullen. In deze fase vertalen we de GAP-analyse die op hoofdlijnen is opgesteld naar een gedetailleerd plan. Hierin staan de factoren 'mens', 'proces', en 'techniek' centraal.

Mens

Datagedreven werken is geen doel maar een middel en moet dus meerwaarde bieden voor werknemers. Hoe gaat het nieuwe platform medewerkers faciliteren bij het oplossen van knelpunten waar ze dagelijks mee te maken hebben? Een voorbeeld van zo'n knelpunt is een medewerker die elke dag handmatig aanpassingen doet omdat data niet compleet zijn.

Proces

Naast meerwaarde voor de werknemers, moet de transitie naar het nieuwe dataplatform ook bedrijfswaarde brengen. Denk aan de verhoogde winst uit de inleiding. Daarnaast is het ook belangrijk dat protocollen worden gevolgd waarin is vastgelegd wie toegang krijgen tot welke data (binnen een onderwijsinstelling is het bijvoorbeeld onwenselijk dat leerlingen of studenten dezelfde rechten toegekend krijgen als docenten). Deze processtappen leg je vast in de data governance van de organisatie.

Techniek

Bij het opstellen van de routekaart voor de implementatie van het dataplatform maken we uiteraard ook technische keuzes. Deze hangen af van verschillende factoren. Staat je IT-landschap bijvoorbeeld on-premises of in de cloud? Met welke cloudproviders werk je op dit moment? Of heeft je organisatie specifieke voorkeuren voor specifieke technologieën?

Bij de wens om bestaande historie en/of logica te hergebruiken, is het belangrijk om een migratiestrategie te ontwikkelen. Dit klinkt eenvoudiger dan het in de praktijk vaak is. Veel organisaties hebben namelijk niet alleen data die moet worden gemigreerd, maar ook logica die in tientallen

jaren door meerdere collega's is ontwikkeld. Dit verhoogt de complexiteit aanzienlijk en heeft implicaties voor migratie.

3) Jumpstart van dataplatformfundament

In stap drie starten we met de implementatie. Op basis van onze best practices en versnellers realiseren we het fundament van het dataplatform. Hierbij beginnen we met het invullen van de minimale vereisten op het gebied van datamanagement die zijn geformuleerd in de routekaart. Ook integreren we de eerste databronnen en beginnen we met het uitrollen van het gekozen migratiescenario.

Op basis hiervan leveren wij de eerste MVP's op als gebruiksklare informatieproducten en start de organisatie met het maken van de eerste volledig datagedreven beslissingen.

4) Beheer en doorontwikkeling van het platform

Nu het dataplatform operationeel is, kunnen we niet achteroverleunen. De organisatie verandert namelijk continu. Misschien neem je bedrijven over waarvan de data ook moet worden meegenomen. Of als er een nieuwe softwareapplicatie wordt ingezet dan moet deze ook worden aangesloten op het dataplatform. In deze fase groeit de volwassenheid van het beheer en ligt de focus op verdere optimalisatie van het platform. Denk aan het verhogen van de automatiseringsgraad en het toevoegen van nieuwe functionaliteiten.

Daarnaast moet de datakwaliteit op pijl blijven en moet deze frequent gemonitord worden. Met alle voorgaande stappen werken we aan de groei van datavolwassenheid. Deze stopt echter niet bij een groei in dataconsumptie en de democratisering van data. Datavolwassenheid zit ook in het volwassen omgaan met data op het gebied van data-management. Denk hierbij aan het voldoen aan de AVG-wetgeving, data lineage en master data management.

Self-service BI

Binnen een datagedreven organisatie neemt niet alleen de directie datagedreven beslissingen, maar wordt dit op alle lagen binnen het bedrijf doorgevoerd. Als we echter voor ieder informatieproduct de hulp van de IT- of BI-afdeling moeten inschakelen, dan kan dit een flinke bottleneck opleveren waardoor er alsnog geen datagedreven besluiten worden genomen. Een volgende stap in datavolwassenheid is daarom het faciliteren van self-service business intelligence.

Self-service BI is een benadering die gebruikers in staat stelt toegang te krijgen tot en te werken met data, zonder dat ze een technische achtergrond in statistiek, BI of datascience nodig hebben. Voor meer informatie over self-service BI kunt u onze blog 'Maak iedereen specialist door data interactie' lezen.

Sogeti Data Platform

In deze whitepaper hebben we uitgelegd hoe organisaties datagedreven kunnen werken met behulp van het Sogeti Data Platform. In 4 stappen hebben we laten zien hoe we zo'n platform realiseren, volledig gebaseerd op de wensen van de klant. Wilt u meer weten over dit platform en wat het voor uw organisatie kan betekenen? Lees dan hier meer over onze Data Platform Services & Oplossingen.

'Een volgende stap in datavolwassenheid is het faciliteren van self-service business intelligence'



About Sogeti

Part of the Capgemini Group, Sogeti makes technology simple and impactful. We specialize in AI-driven solutions across quality engineering & testing, data and cloud, quickly turning ideas into action. Sogeti delivers real outcomes, helping organizations innovate confidently and realize value from day one. We are agile and responsive, leveraging our strong partnerships. Our local teams work side-by-side with clients, building close relationships by understanding their world. Together with the Capgemini Group's global strength and industry expertise, we create results that scale, Right here. Right now. | www.sogeti.com

Capgemini is an AI-powered global business and technology transformation partner, delivering tangible business value. We imagine the future of organizations and make it real with AI, technology and people. With our strong heritage of nearly 60 years, we are a responsible and diverse group of over 420,000 team members in more than 50 countries. We deliver end-to-end services and solutions with our deep industry expertise and strong partner ecosystem, leveraging our capabilities across strategy, technology, design, engineering and business operations. The Group reported 2025 global revenues of €22.5 billion. Make it real | www.capgemini.com

