

Bedrijven worden continu geconfronteerd met enorme hoeveelheden data. Daarnaast krijgen ze te maken met mobiele werknemers die de technologie van thuis ook op de werkvloer willen gebruiken en zelfs buiten kantoor tijd willen tot bedrijfsinformatie. Dit

artikel beschrijft de nieuwste ontwikkeling op dit gebied, Business Discovery, de volgende stap in Business Intelligence. De Hypotheekshop laat zien hoe dit in de praktijk werkt en mensen op de werkvloer zelf hun data kunnen analyseren.

## De evolutie van business intelligence in de financiële markt

# Ga zelf op

# ONTDEKKINGSTOCHT

Big data, mobiele werknemers en de adaptatie van nieuwe IT veranderen de markt.



Financieel dienstverleners krijgen daarbij ook te maken met transparantie- en rendementsvraagstukken.



Business Discovery maakt van medewerkers zelfstandige data-analisten die snel en onderbouwd beslissingen kunnen nemen wat resulteert in concurrentievoordeel.

### Drie trends

Het is geen golf, maar eerder een tsunami aan informatie en data die dagelijks op ons afkomt. Kijk maar naar een organisatie als Walmart, die tegenwoordig in één dag net zoveel informatie produceert als de hele wereld tien jaar geleden op één dag deed. In principe voorziet deze enorme hoeveelheid data in een grote behoefte aan kennis en feiten en beschikken we inmiddels ook

Gebruikers kunnen met QlikView van Qlik-Tech snel en gemakkelijk data uit verschillende bronbestanden analyseren en visualiseren in een dashboard. De software volgt de menselijke denkwijze bij het onderzoeken van de mogelijke verbindingen tussen verschillende bronbestanden, zoals een Excel spreadsheet of websitebestanden. De oplossing kan ingezet worden op locatie, in de cloud, op een laptop of op een mobiel apparaat.

QlikView werkt met bestaande BI-applicaties en voegt nieuwe mogelijkheden toe, zoals inzicht voor iedereen, real-time analyses

over de juiste analysetools om die enorme hoeveelheden te behappen. IT-afdelingen zijn echter maar zelden in staat om aan alle informatie- en analysevragen te voldoen.

Bovenop deze groei in *big data* krijgen we te maken met het gemak waarmee consumenten nieuwe technologie oppakken en de behoefte die ze hebben om deze technologie te integreren in hun werkomgeving;

zonder wachttijden, mobiliteit, de gebruiksvriendelijkheid van een app, de mogelijkheid data te combineren en samen te voegen, en een nieuw niveau van informatiedeling en samenwerking. Daarmee overbrugt QlikView als Business Discovery systeem de kloof tussen traditionele BI en applicaties zoals Excel. Het stelt gebruikers op elk niveau in de organisatie in staat om inzichten te vinden die er toe doen, wanneer hen dat uitkomt.

QlikView wordt gebruikt voor het inzichtelijk maken van managementinformatie bij organisaties als Florius, HDN en Zurich Insurance.

door **Bas van der Horst**

De auteur is Country Manager Benelux van QlikTech



het zogenoemde *consumerization of IT*. Het betekent simpelweg dat bedrijven ervoor moeten zorgen dat het gemak van consumentensoftware en -hardware ook terug te vinden is op de werkvloer.

En tenslotte is er nog de drang naar mobiliteit en flexibiliteit. Uit recent onderzoek in opdracht van BI-consultancybedrijf Kadenza blijkt dat mobiele apparaten er voor zorgen dat meer dan een kwart van de Nederlandse managers steeds meer en vaker buiten kantoor tijd is gaan werken. Het wordt ze met smartphones en tablets natuurlijk ook steeds makkelijker gemaakt. Hierdoor neemt de behoefte aan tijd- en plaatsonafhankelijke toegang tot informatie steeds verder toe. Managers willen op elke plek en elk gewenst tijdstip inzicht krijgen in de actuele stand van zaken van hun bedrijf of divisie. Up-to-date informatie over de status van projecten, de verkoopcijfers en de omzet moeten dus continu beschikbaar zijn.

### **De gebruiker aan de knoppen**

Sturen op actuele informatie. Dat is waar

## *Sturen op actuele informatie. Dat is waar het bij Business Intelligence nog altijd om gaat*

het bij Business Intelligence altijd om is gegaan. Ook in de financiële sector. De economische malaise en de toenemende vraag van de markt naar transparantie maken van Business Intelligence (BI) nog altijd een urgent vraagstuk. De belofte van BI is de afgelopen jaren echter niet waargemaakt. Gebruikers kregen te maken met logge en complexe systemen en waren erg afhankelijk van IT-afdelingen om de juiste informatie boven tafel te krijgen. Dit zorgt voor extra frustratie en veel niet-behaalde doelen.

## *Casus HDN*

Het Hypotheken Data Network (HDN) is een initiatief van Nederlandse geldverstrekkers en is met een marktaandeel van circa 50% het platform voor digitale communicatie tussen circa 4000 intermediairs en 27 geldverstrekkers. In 2007 ontstond bij HDN het idee om iets te gaan doen met de interessante data die uitgewisseld wordt op het HDN platform. Het platform werd tot dan toe enkel als transportmedium gebruikt en het idee was om het platform ook te gaan ontsluiten voor benchmarking, rapportage en analyse. Geldverstrekkers, distributiepartijen en intermediairs hadden enkel inzicht in hun eigen marktgegevens en gegevens van het Kadaster, waar de uiteindelijk verkochte woningen worden geregistreerd. HDN realiseerde zich dat de hoeveelheid informatie die besloten ligt in het berichtenverkeer van HDN enorm is. Deze data zou op een heldere en veilige manier inzichtelijk moeten zijn voor benchmarking.

De Nederlandse hypotheekmarkt is nu, met behulp van QlikView, in een paar klikken inzichtelijk voor de grote aantallen intermediairs en geldverstrekkers die op HDN zijn aangesloten. Voor het eerst is het mogelijk om op landelijk- en regionaal niveau, evenals op demografisch niveau, inzicht te krijgen in de favoriete hypotheekvormen van de verschillende doelgroepen, de actuele rentes en de hypotheekmarktpotentie. Geldverstrekkers kunnen direct analyseren wat hun resultaten zijn en deze afzetten tegen de resultaten van de markt. Hoeveel hypotheekvormen zijn er de afgelopen week aangevraagd? Hoe verhoudt zich dit tot vorige week, vorige maand of vorig jaar? Wat voor hypotheekvormen worden aangevraagd en hoe verhoudt zich dit tot de markt? Vragen waarop binnen een paar klikken het antwoord te vinden is en desgewenst nader geanalyseerd kunnen worden. Business Discovery in optima forma.

De QlikView applicatie, HDN Index, wordt via de website van HDN aan alle licentiehouders ter beschikking gesteld en is ontwikkeld door HippoLine.

## Onzekere tijden en afnemend vertrouwen bij de klant verhogen het belang van transparante werkvormen bij financiële instellingen

IT is steeds vaker een bottleneck dan een middel als het gaat om efficiënte BI. In plaats van actuele informatie ontvangt het management in de meeste gevallen slechts statische rapporten. Er is sprake van een missing link met de gebruiker. En dat gegeven opent deuren voor een nieuwe, geëvolueerde vorm van Business Intelligence: Business Discovery. Kenmerk van deze nieuwe aanpak is dat het user-driven is, oftewel de gebruiker staat aan de knoppen. En Discovery betekent letterlijk dat de gebruiker zelf op ontdekkingstocht kan gaan. Met andere woorden: zelf bepalen welke vraagstukken moeten worden opgelost en zelf de data verkennen en toepassen. Dat betekent ook dat Business Discovery niet alleen een tool voor het management hoeft te zijn. Informatievragen ontstaan immers vaak in de praktijk, op de werkvloer.

### Snel beslissen

Onzekere tijden en afnemend vertrouwen bij de klant verhogen het belang van transparante werkvormen bij financiële instellingen. Bijkomend voordeel is dat transparantie in processen ervoor zorgt dat informatie eenvoudiger toegankelijk en sneller beschikbaar is. En dat maakt de weg vrij voor het nemen van snelle, onderbouwde beslissingen. Business Discovery geeft gebruikers op de werkvloer zelf controle over informatie. Hierdoor zijn medewerkers van financiële instellingen in

## Een duidelijk verhaal door Business Discovery

Een goed voorbeeld van een bedrijf dat tijdig op de laatste ontwikkelingen wist in te spelen is De Hypotheekshop. Voor de Centrale Organisatie van deze adviesorganisatie was het sturen op actuele informatie een van de belangrijkste redenen om zich in Business Intelligence te verdiepen. De ontwikkelingen in de markt maakten dat de organisatie haar beslissingen niet slechts wilde nemen op onderbuikgevoel. Twee uitdagingen om marktpositie te waarborgen en te vergroten: een duidelijke, transparante werkwijze en rendementsverbeteringen voor de individuele vestigingen.

Allereerst zijn rapportages ontwikkeld op basis van data en informatie uit het CRM systeem en de begrotingsmodule. Op die manier krijgt De Hypotheekshop in één oogopslag inzicht in het totaalbeeld van de vestigingen: kosten, distributiekanaal, klantprofielen, omzet en marge. Om deze informatie ook te koppelen aan actuele marktinformatie is vervolgens besloten om de beschikbare data van het Kadaster en het CBS ook te ontsluiten in de BI-applicatie. De Hypotheekshop wilde vervolgens meer. Alle beschikbare managementinformatie moest

staat om sneller, en vaak ook betere, beslissingen te nemen en kunnen ze concreet en snel bijdragen aan het bedrijfssucces. Denk bijvoorbeeld aan het introduceren van nieuwe diensten en producten of het maken van een risico-inventarisatie over een hypotheekaanvraag.

Business Discovery maakt het mogelijk om iedereen te laten samenwerken en verschillende inzichten te krijgen. En iedereen bij die inzichten te betrekken. Het is een aanpak die lijkt op hoe we in het dagelijks leven ook beslissingen nemen. Bovendien maakt het gebruik van de vaardigheden en talenten van bedrijfsanalisten. Business Discovery geeft ruimte aan de toegevoegde waarde van data én van mensen.

ook op aantrekkelijke wijze beschikbaar zijn voor de franchisenemers. Er werd gekozen voor toegang tot real-time managementinformatie via de iPad. Voordeel van QlikView op de iPad is dat het intuïtief werkt en de gebruikerservaring daardoor optimaal is. Bovendien heeft de iPad een attractieve waarde. Voor iedere vestiging zijn zes KPI's gedefinieerd: marktaandeel, aantal bezoekers, kwaliteit van advies, conversie, inkomsten en rendement. Met deze KPI's krijgen franchisenemers stap voor stap het benodigde inzicht om de resultaten van hun vestiging te verbeteren en hun klanten een transparantie werkwijze te bieden.

De ingebruikname van de iPad's heeft Business Discovery binnen De Hypotheekshop in een stroomversnelling gebracht. Medewerkers van de individuele vestigingen hebben zelf de mogelijkheid om de informatie te ontdekken, er hun conclusies uit te trekken en hun inzichten op een eenvoudige, aantrekkelijke manier op de iPad met elkaar te delen. Vandaag de dag hebben de ondernemers van de vestigingen van De Hypotheekshop online, 24/7 toegang tot actuele informatie – met andere woorden: een duidelijk verhaal.

## Niemand wil afhankelijk zijn van IT bij het krijgen van antwoorden

Niemand wil afhankelijk zijn van IT bij het krijgen van antwoorden, managers niet, gebruikers op de werkvloer niet en zelfs de IT-afdeling niet. Als de mensen op de werkvloer de middelen om te innoveren zelf in handen hebben, zijn ze zelfstandig en snel in staat om de juiste knopen door te hakken.