

Wat kunnen uitgevers doen met 'small data'?

09-12-2015 13:46

Big data worden overal geroemd als de nieuwe sleutel tot succesvol ondernemen. Maar niet iedere ondernemer heeft voldoende gegevens om die als big data te kunnen analyseren. Ook de meeste middelgrote en kleine uitgeverijen zijn vaak te klein voor big data. Maar je hoeft niet groot te zijn om groot te denken: er is ook veel te leren van 'small data'.



Big data wordt wel gedefinieerd als gegevensverzamelingen die te groot zijn om met een standaard computer verwerkt te worden. Bijvoorbeeld omdat de input meer dan duizend terabyte aan gegevens bedraagt. Omdat een gewone computer er jaren over zou doen om de berekeningen uit te voeren, waardoor de conclusies per definitie verouderd zijn. Big data vormen daarom het terrein van grote IT-partijen als Google en Apple, advertentienetwerken als Engage Lab en Doubleclick en wetenschappelijke instituten als het CBS. Grote uitgevers als TMG en Sanoma hebben ook een Big Data-strategie en de bijbehorende specialisten. Kleinere uitgevers kunnen niet zulke grote gegevensverzamelingen aanleggen en analyseren, maar ze kunnen wel gebruikmaken van de conclusies en de technieken van de grote spelers.