De data-strategie van NPO

24-08-2016 08:28

Gisteren maakte NPO onder meer de nieuwe opzet van 'Uitzending gemist' bekend: meer on demand en persoonlijk. Een mooi voorbeeld van een data-gedreven strategie. Erik van Heeswijk dacht mee over de strategie en zorgde ook voor de realisatie. Op inct.spiratie 2016 komt hij er van alles over vertellen.

Erik van Heeswijk is CEO van CleverLions, een startup en consultancybedrijf dat media- en marketingorganisaties helpt met hun strategie en dagelijkse praktijk, met behulp van big data. Bij CleverLions - en hun innovatieve dashboardteam SmartOcto, verzamelen zich ervaren mensen uit de data en verhalenindustrie. Van Heeswijk was tot 2013 Hoofd Digitaal van de VPRO en is sinds 1998 werkzaam in online media.

"Big Data wordt door velen als een wondermiddel gezien; als je maar genoeg verzamelt, openbaart de waarheid zich vanzelf en wordt iedereen als vanzelf effectief en efficient, zo luidt de sage. De werkelijkheid is uiteraard weerbarstiger. Hoe moeten cijfers en trends zo gevisualiseerd worden dat ze mediamensen andere beslissingen laten nemen? Draagt data echt bij aan de cultuur, de strategie en aan de workflow? En op welke manier kun je op data gebruiken om je doelgroepen beter te begrijpen, zonder ze hinderlijk te volgen? Aan de hand van de NPO case zal ik die vragen beantwoorden."

inct.spiratie vind plaats op 23 november a.s. Het thema zal zijn: data-strategieën voor uitgevers. To en met 15 oktober kunt u zich nog aanmelden tegen het early bird tarief.

Aanmelden of meer weten