

Data gebruiken om je content te verbeteren

26-10-2016 08:54

Het past goed bij een educatieve uitgeverij: een academicus aanstellen om de wetenschap te vertalen naar de praktijk van alledag. Linda de Leeuw brengt bij Malmberg haar wetenschappelijke kennis in de praktijk om met behulp van data de content van Malmberg te verbeteren.

Linda de Leeuw deed aan de Radboud Universiteit promotie-onderzoek naar begrijpend lezen en kwam zo in aanraking met fenomeen 'data verzamelen'. Door onder meer eyetracking bracht ze in kaart wat begrijpend lezen inhoudt. Daarnaast was ze ook betrokken bij de app Letterprins. Letterprins is een app met speelse game-elementen waarmee jonge lezers spelenderwijs hun woordkennis en leesprestaties kunnen verbeteren. In de leesgame is kennis verwerkt uit diverse onderzoeken naar leren lezen. "Daar kon ik ook mijn passie voor IT in kwijt".

Uiteindelijk komt Linda de Leeuw terecht bij Malmberg in een functie die daarvoor nog niet bestond. "Mijn opdracht is het om wetenschappelijk inzicht te vertalen naar onze uitgeefconcepten. Wat kunnen we met de data die we in de verschillende applicaties die we hebben verzamelen".

"Daarbij focussen we ons nu primair op de kwaliteit van de content. We willen inzicht krijgen in hoe de leerlingen onze content gebruiken en wat we daar van kunnen leren om verbeteringen aan te brengen. Onze missie is het om de best mogelijke educatieve content te maken".

Linda de Leeuw doet dit samen met haar collega Paul van den Hurk en mensen van Sanoma Learning in Finland. "We zijn nog in de pioniersfase, er wordt natuurlijk wel nagedacht over programma's, maar op dit moment zijn we vooral aan het pionieren".

Volgens De Leeuw zijn er twee belangrijke zaken die ze tegengekomen zijn door deze nieuwe aanpak. : Ten eerste zijn we van origine een boekenuitgever, maar hebben nu ook vrijwel alle methodes digitaal beschikbaar. Dit biedt nieuwe kansen, maar ook veranderingen.. De mindset moet door het hele bedrijf heen veranderen. Wij kunnen nu direct in digitale content verbeteringen aanbrengen, terwijl de organisatie deels nog denkt in de cyclus van print: iedere vier jaar herzie je een methode. Dus als we nu verbeteringen willen aanbrengen, dan gaan print en digitaal uit elkaar lopen, of willen we dat juist niet? " Niet alleen de uitgeverij moet aan deze nieuwe benadering wennen, ook het onderwijsveld. "De scholen zitten ook nog in die oude cyclus, dus daar komen we eenzelfde gewenning tegen".

"Het tweede belangrijke element is de privacy. Die is in het onderwijs heel belangrijk. Onze data moeten onherleidbaar zijn naar individuele leerlingen. Dat is ook een uitdaging. Dat betekent dat we de content voor de ene school niet anders kunnen aanbieden dan op een andere school, omdat we niet de gegevens hebben die daarvoor nodig zijn".

De data worden gebruikt om vooral de werkboeken, die digitaal beschikbaar zijn, op continue basis te verbeteren. "Wij geven de analytics die we verzamelen aan de inhoudelijke experts, die moeten op basis van die data conclusies trekken. De data zelf zijn niet genoeg, de experts moeten het wegen en interpreteren."

Het inzetten van deze data-strategie heeft Malmberg zowel geld bespaart als effectievere methodes opgeleverd. Op inct.spiratie zal Linda de Leeuw laten zien hoe dit voor Malmberg werkt. Zij zal zowel de aanpak als de business-case de revu laten passeren.

Wat de toekomst brengt op dit gebied is voor De Leeuw nog niet helemaal duidelijk. "Technisch gezien kan er heel veel. Nu verzamelen we data voor contentverbetering, maar we zijn ook van plan geavanceerde dashboards voor docenten te ontwikkelen. Binnen Malmberg zal de toekomstige rol van data vooral worden gestuurd door de vraag: hoe ondersteunen we de docent zoveel mogelijk zodat zij het beste uit zichzelf én hun

leerling kunnen halen. En dat data daarin een grote rol kan spelen is wel duidelijk.”

inct.spiratie vindt plaats op 23 november 2016 in Rotterdam.

[Meer informatie](#) [Direct aanmelden](#)