

'Je gaat het pas zien als je het doorhebt'

02-11-2016 09:20

Sinds we bezig zijn met ons najaarscongres inct.spiratie is me echt opgevallen hoe belangrijk data zijn en zullen worden voor de uitgeverij.

Ik moet bekennen dat tot een half jaar geleden ik eigenlijk niet had stilgestaan bij het belang van data voor onze branche. Tijdens een netwerkbijeenkomst met een aantal uitgevers bleek data en data-strategie de rode draad van alle gesprekken. Aan het eind van die bijeenkomst zei ik, toen nog enigszins schertsend, dat ik door alle discussies gedurende dag het onderwerp voor ons najaarscongres in de schoot geworpen had gekregen. Toen één van de deelnemers opmerkte dat als inct een congres over data zou organiseren, zij met collega's aanwezig zou zijn, wist ik dat we iets op het spoor waren.

We zijn inmiddels bina een half jaar verder, het congres staat in de steigers en het aantal aanmeldingen overtreft nu al de jaren 2014 en 2015. Data is 'hot', dat blijkt. Het bewijs zijn de drie berichten die op de site onder deze column staan. Ik citeer even de kop of ondertitel:

- Eigen video platform, dus eigen **data** (over het digitale tv kanaal van Glamour)
- Features die **data** over gebruik door lezers opleveren (over een nieuw digitaal vakblad)
- Uitkomst Renew the Book Innovation Summit: groei zit in **data** (over een bijeenkomst van boekenvakkers)

Een cynicus zou wellicht denken dat we deze berichten daarop hebben geselecteerd, maar niets is minder waar. Als je moet beschrijven wat de trends en ontwikkelingen zijn in media (en dus ook in ons vak, uitgeven) dan gaat het om personaliseren, on demand, en relevantie. En de gemeenschappelijke factor hierbij is klantkennis, oftewel: data.

Ik heb alle zeven sprekers die op inct.spiratie 2016 acte de presence geven geïnterviewd en het leuke van die voorbereiding is dat je door die gesprekken al een beetje de rode draad van de dag te pakken krijgt. De wereld van data en data-strategieën is fascinerend en werpt tegelijkertijd allemaal vragen op. Naast de vergezichten en beloftes zijn er natuurlijk de privacy-vraagstukken en morele kwesties. Kijk in dat licht bijvoorbeeld eens naar de onderstaande twee video's en vergelijk de invalshoek. Scherp alvast uw geest.

Cruyff had natuurlijk gelijk toen hij zei: "je gaat het pas zien als je het doorhebt". Als u door wilt hebben wat data en data-strategieën betekenen voor de uitgeefbranche, dan nodig ik u van harte uit om op 23 november aan te schuiven.

[Meer informatie over inctspiratie Direct aanmelden](#)

David Huijzer