

Wat doet de lezer?

19-12-2016 08:48



Er zijn soms van die momenten die inzicht verschaffen waarvan je later denkt 'waarom had ik dat niet zelf al eerder kunnen bedenken?' Zo'n moment had ik op inct.spiratie. En ik was vast niet de enige.

Met uitzicht over de stad der steden spraken een zevental experts ons toe over data, data-strategieën en waarom dit voor uitgevers heel relevante onderwerpen zijn. Een volle zaal en geanimeerde sprekers en bezoekers, dus als organisator kijken wij tevreden terug op de dag. Maar niet alleen om die redenen. Wat we graag willen bereiken met inct.spiratie is dat de bezoekers aan het eind van de dag met minstens één goed idee of inzicht naar huis gaan. Ik denk dat we die ambitie met deze editie van inct.spiratie hebben weten te halen.

Ik weet zeker dat er tenminste één persoon was die met een nieuw inzicht naar huis is gegaan, nl. ikzelf. In één van de lezingen zat een opmerking die op het eerste oog heel simpel lijkt, misschien wel een open deur, maar die als je er even over nadenkt veel meer impact heeft: "Het gaat er niet om wat de lezer *wil*, maar wat de lezer *doet*".

Al jaren zijn wij als uitgevers druk bezig uit te vinden wat de lezer wil, de klant centraal te zetten. Dat was voor onze branche ook al een flinke stap, omdat de branche gewend was het allemaal netjes te bepalen voor de lezer. Sterker nog, er zijn vast nog vakgenoten die met dat adagium hoog in het vaandel proberen te ondernemen.

Maar wat de lezer wil is misschien helemaal niet zo relevant, al was het maar omdat de lezer dat zelf vaak niet weet. Op basis van die wensen kun je eigenlijk niet goed sturen. Maar wat een lezer doet met je content, daar zit wel degelijk informatie in waarop je kunt sturen.

De enige manier om erachter te komen wat de lezer doet is het verzamelen van relevante data en die om te zetten in informatie en kennis en dat ook weer in te zetten als basis voor actie. Het lijkt allemaal zo voor de hand liggend, maar de vraag is: wie van u doet dit op systematische wijze en laat zijn keuzes er (mede) door bepalen? Het is een nagenoeg retorische vraag, want het gebruik van data en het omzetten van data in informatie en kennis staat in onze branche nog in de kinderschoenen. Daar ligt denk ik de uitdaging voor de nabije toekomst.

Dus als ik een wens of voorspelling voor 2017 mag uitspreken dan zou ik willen zeggen dat data het thema van 2017 moet worden. En natuurlijk, practice what you preach, dus ook wij als inct zullen meer data-driven moeten worden. Een mooie uitdaging en genoeg om over na te denken tijdens het naderende kerststreces.

(dit hoofdredactioneel verscheen in [inct.magazine 5](#), december 2016)