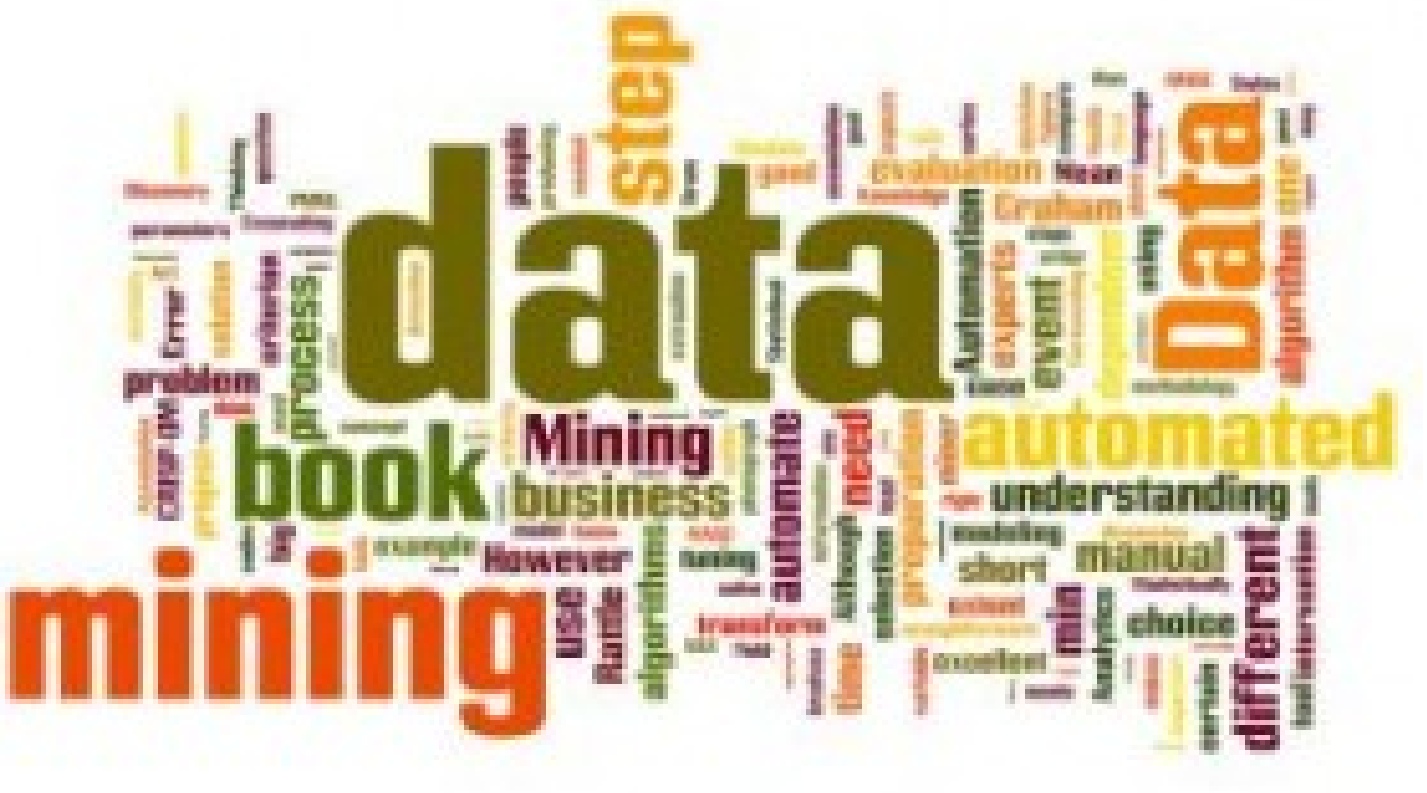
Elke uitgever kan een datastrategie ontwikkelen

14-06-2017 11:42



***Big data* alleen voor *big companies*? Hoeft niet. Kleinere uitgeverijen beschikken weliswaar over minder gegevens dan grote uitgeefconcerns en ze hebben minder ervaring met het opzetten van data-analyseprojecten, maar toch is ook voor hen gegevensanalyse belangrijk en uitvoerbaar. Een kwestie van bescheiden beginnen en een goed plan hebben.**

In en rondom elke organisaties zijn zeeën van gegevens beschikbaar. Financiële gegevens, marktgegevens, klantgegevens, voorraadgegevens, demografische gegevens, sociale-mediagegevens, macro-economische gegevens. Ze zijn niet allemaal even makkelijk toegankelijk of even relevant, maar er is altijd genoeg om mee te beginnen. De term ‘big data’ lijkt dus niet slecht gekozen. Toch is de omvang van de gegevensverzameling niet van het grootste belang. Die hoeft alleen maar groot genoeg te zijn om statistisch verantwoorde uitspraken te kunnen doen, meer niet. Het belangrijkst zijn de kwaliteit van de gegevens en het vermogen van een organisatie om er beleid op te baseren.