

Cfo, het staat in de sterren geschreven

Martin Heijnsbroek
zaterdag 14 november 2015

Moet je als cfo chef digitale disruptie in je bedrijf worden? Data bieden interessantere mogelijkheden.

Je wil zo graag méér doen dan alleen de cijfers uit het verleden analyseren, de 'profit gap' van het afgelopen kwartaal ontleden, of de belastingoptimalisatie van het hoofdkantoor leiden. Als zich dan de kans voordoet, is het moeilijk de verleiding te weerstaan. Tenslotte moet iemand in de board het 'digital disruption'-dossier leiden. De IT-baas vinden we nog niet 'boardroomfähig', en een Chief Digital Officer hebben we nog niet. Wat kan er trouwens interessanter zijn dan de discussie te leiden over 'digital disruption', of de 'Uberfication' van je industrie.

En toch zou ik het niet doen. Als je als cfo meer invloed wil hebben op de prestatie van je bedrijf, dan liggen er binnenshuis nog genoeg kansen. In plaats van een middelmatige rol in digitale innovatie te pakken, staat in de sterren geschreven dat alleen jij de financiële functie gaat vernieuwen. Dat klinkt misschien minder spannend, maar niets is minder waar. Zie je niet dat de financiële functie een historische verandering gaat doormaken, gedreven door Big Data? Laat me uitleggen welke geweldige kans voor je ligt.

Ten eerste mist je financiële afdeling nu nog een echte data-oriëntatie. Analyses worden nog uitgevoerd op rapportages van geaggregeerde getallen, zoals de omzet per verkoopkanaal. Een financiële functie met data-oriëntatie is in staat veel dieper te gaan. Door op basis van de onderliggende databestanden te bepalen wat de oorzaken zijn van een omzetsdaling. Komt er een verschuiving van de doelgroep in het verkoopkanaal, of een verandering in het aankoopgedrag? En kun jij daarmee de board uitdagen een stuk slimmer in te spelen op kansen en bedreigingen?

Daarnaast beloven Big Data om op basis van zéér veel data het gedrag van klanten te voorspellen, en je keuzes daarmee te optimaliseren. Voor jou is dat een kans om vooruit te kijken, in plaats van achteruit naar tabellen met gegevens uit het verleden. Door data van individuele klanten te benutten, voorspellen sommige bedrijven al de toekomstige omzet per klant. En komen zo tot een veel stabielere omzetvoorspelling dan met een verzameling van geëxtrapoleerde spreadsheets, waarmee veel bedrijven nog stoeien.

Je coo zal je trouwens dankbaar zijn, omdat de benodigde capaciteit in het callcenter veel nauwkeuriger kan worden ingeschat op basis van jouw modellen. En je hoofd marketing heeft met je voorspelling voor het eerst een 'base line' van de omzet waartegen de campagnes afgezet kunnen worden. Het klinkt dus misschien wat minder sexy dan 'Uberfication', maar het is wel waar je als cfo voor op aarde bent: Big Data benutten binnen de financiële functie.

Wat zeg jij tegen je cfo als die wil sparen over 'digital disruption'?

*Jan Fred van Wijnen,
chefMorgen*

'The main thing is to keep the main thing your main thing'



*Martin
Heijnsbroek*