

Bij Netflix geen spaghetti op menu

Martin Heijnsbroek
zaterdag 30 januari 2016

Erger dan een wirwar aan systemen is het ontbreken van een systeem.

Die metafoor van dat bord spaghetti is een krachtige. Een wirwar aan lijntjes in de organisatie, wat symbool staat voor een tent die businessfocus mist. Of nog erger, volledig onbestuurbaar is geworden. Vaak hoor ik deze beeldspraak ook bij IT-discussies. Daar staat de spaghetti symbool voor de chaos en ad-hocconnecties in het systeem. Waardoor innovatie en onderhoud een kostbare zaak is geworden.

In de wereld van data en analyse gebruik ik vaak een andere metafoor. Ik noem het 'fragmentatie', in plaats van spaghetti. Het gaat niet over het in de war raken van lijntjes, maar het ontbreken van de lijnen.

Ik zie bijvoorbeeld multinationals die verschillende definities van klanten en klantuitstroom hebben, omdat dit historisch zo gegroeid is. Vestiging Ierland berekent haar definities op de klantcontactdatabase, en vestiging Duitsland op basis van de transactiedatabase. De Engelse analist voorspelt de uitstroom met een regressietechniek, terwijl zijn collega voor een ander merk, maar hetzelfde probleem, met spraakanalyse het callcenter doorlicht.

Hier zit natuurlijk ook een goede kant aan. De analist krijgt veel ruimte om nieuwe data te verkennen en nieuwe modellen te ontwikkelen. En dat is ook nodig, want voor doorbraken is ook speeltijd nodig. Zoals Google die afgelopen week met het AlphaGo-algoritme de Europees kampioen van het bordspel Go versloeg.

Maar tegelijkertijd wil je niet dat er onzinnige verschillen in werkwijze ontstaan, die je niet zomaar gladstrijkt. Waardoor je je schaalvoordeel van een internationale aanwezigheid inlevert. Waardoor gezamenlijke innovatie onmogelijk is, en ieder merk of land zijn eigen aanpak als superieur beoordeelt. Met als eindspel de misleidende rechtvaardiging van de fragmentatiedynamiek: 'We doen allemaal iets anders, omdat we allemaal net even anders zijn'.

En dat is zo treurig, omdat iedereen onderhand begrijpt dat Google, eBay, Netflix en alle andere internationale leiders hun data en analytics in strakke kaders hebben gezet. En natuurlijk het tegenovergestelde hebben ontdekt. Gedrag is vanuit de data bekeken vaak opvallend vergelijkbaar. Vanuit één model voeren zij gerichte tests uit om hun hypothesen te testen.

Is fragmentatie dus erg? Ik denk het wel, want hoe langer onnodige verschillen blijven bestaan, hoe meer de organisatie uitwaaiert. En hoe groter de verschillen, hoe meer iedereen de behoefte krijgt om zijn eigen spel te rechtvaardigen. En hoe lastiger het weer is om terug op één lijn te komen. Uiteindelijk heb je dan een held als Cor - Boonstra nodig hebt om de onzin eruit te snijden, en vanuit een duidelijk kader weer gezamenlijk meters te maken.

Kun jij voorspellen of onze lezers tevreden blijven?

*Jan Fred van Wijnen,
chef Morgen*

Logaritmische regressie techniek werkt bij elke krant, ook bij het FD



*Martin
Heijnsbroek*