

PRIVACY BEÏNVLOEDT GEPERCIPIEERDE WAARDE VAN DATA

Big data is de *hypecycle* inmiddels voorbij. We gaan nu de voordelen oogsten, maar er zit een lelijke adder onder het gras. Rob Honing, commercieel directeur van de Amsterdamse dataspecialist Hot ITem, schetst dat de aanstaande invoering van nieuwe Europese privacywetgeving veel bedrijven een stuk zwaarder zal vallen dan gedacht, en een hoop bigdatavoordelen neutraliseert.

“De opkomst van big data heeft de data-awareness enorm vergroot. Er is door nieuwe technieken veel waarde uit data te destilleren en te consolideren. Tegelijk neemt, door de mondiale digitalisering, de hoeveelheid data enorm toe. Nu komt het erop aan die (big) data te verzilveren en dat betekent een heleboel werk voor bedrijven, en ook voor Hot ITem. Wij hebben integrale kennis van en ervaring met BI/datawarehousing, analytics, big data, governance en privacy gecombineerd; een bewezen aanpak. Daarbij gaan we bij onze projecten altijd uit van de business: wat is de visie, wat zijn de *drivers*. Het maakt ons daarbij niet uit of de implementatie *on premise* of in de cloud moet worden uitgevoerd; we hebben daarin inmiddels veel expertise opgebouwd. Het scheelt namelijk nogal of je simpel on site een Oracle- of Microsoft-based datawarehouse opbouwt of dat je dat in bijvoorbeeld de Azure-cloud doet. Daar kun je vele verschillende softwaremodules gebruiken waarmee je je architectuur inricht en je data kunt ontsluiten. Inmiddels is 40% van de oplossingen die we bouwen cloud-based.”

GROTE PRIVACY-UITDAGING

De kennis en aanpak van Hot ITem worden door de markt zeer gewaardeerd. Het bedrijf is marktleider op het gebied van fact-based management en groeit sterk. Honing: “Onze aanpak is heel succesvol. Dat zie je aan de toename van het aantal klanten, vooral grote bedrijven, en ook aan de aanwas van het aantal medewerkers. Dit jaar gaan we van 160

naar ongeveer 190 collega's.” Tot zover het goede nieuws van Honing over de eigen branche. Voor de brede markt ziet hij echter een grote uitdaging. Dat heeft te maken met de Europese privacyverordening (GDPR) die mei 2018 in werking treedt. Die legt organisaties, onder dreiging van opvallend zware straffen, stringente eisen op aangaande het omgaan met en bewaren van persoonsgegevens. De impact hiervan is volgens Honing nog nauwelijks doorgedrongen.

GDPR-PANIEK

Honing: “Met data kun je niet zomaar alles doen. Wij constateren dat veel organisaties, ook grote, te laat zijn begonnen met het GDPR-proof maken van hun organisatie. Hiervoor zijn significante ingrepen nodig in het gehele datalandschap. Heel veel data worden centraal verzameld, om die vervolgens verderop in de organisatie te verspreiden, te verrijken en weer door te verspreiden. Inclusief allerlei persoonsgegevens. Dat reguleren kost maanden tijd. Eén datastroom is nog wel te doen, maar met een paar duizend is het onbegonnen werk om voor mei 2018 klaar te zijn. De paniek slaat nu toe dat er straks noodgedwongen allerlei functionaliteiten zullen worden afgesloten, wat broodnodige inzichten aangaande klantgedrag belemmert.”

Deze ontwikkeling beperkt de groei, geeft concurrentie die GDPR-compliant is meer kans en kost een hoop geld. Honing: “Wat ik vaak hoor, zijn opmerkingen als: ‘Het maakt niet uit. Als we in

Rob Honing

‘NATUURLIJK BIEDEN
WE EEN GOED
SALARIS, BONUS,
PENSIOEN, AUTO, BAR,
BOOT EN DAKTERRAS’

Welkom

m. bij Hot ITem



mei 2018 maar een goed plan hebben, dan komen we er wel mee weg bij de Autoriteit Persoonsgegevens'. Bagateliseren biedt echter geen soelaas. De Autoriteit zal vragen wat er in de tussentijd allemaal is gedaan. Als er alleen maar een plan is opgesteld, is dat te weinig. Een bijkomend probleem is dat je GDPR-kosten niet aan de klant kunt doorberekenen, want dan prijs je jezelf uit de markt. Snel concrete maatregelen implementeren die effect hebben, is belangrijk en daar heeft Hot ITem veel ervaring mee."

BEDRIJFSCULTUUR

Om aan de groeiende vraag te kunnen voldoen, zijn er natuurlijk mensen nodig. Lastig op de uiterst krappe randstedelijke arbeidsmarkt. Honing blijft echter

positief: "We hebben zestig medewerkers die meer dan tien jaar bij ons werken, en een nog grotere laag van mensen met meer dan vijf dienstjaren. Het is in het begin soms even wennen, want we zijn nogal eigenwijs, maar eenmaal in dienst wil je nooit meer weg. We hebben nauwelijks verloop. Dat heeft puur met de cultuur te maken. Natuurlijk bieden we een goed salaris, bonus, pensioen, leaseauto, opleidings- en coachingstrategieën, bar, boot en dakterras. Maar dat is in deze markt niet onderscheidend. Wat werken bij Hot ITem anders maakt, is dat je alle mogelijkheden krijgt om het beste uit jezelf te halen; we zijn een enthousiaste supporter van de ambities van onze mensen. Hoe beter de medewerker zich ontwikkelt, des te beter is het voor de persoon zelf, voor Hot ITem en niet in de

laatste plaats voor de klant. Zo kunnen we projecten doen die echt iets bijdragen aan het klantsucces."

DEEL HET VERHAAL ONLINE



Thema's

- + Privacy
- + GDPR
- + Persoonsgegevens
- + Fact-based management
- + (Big) data