

## OVERLEVEN MET BUSINESS INTELLIGENCE

De rol van business intelligence in de bedrijfsbibliotheek

Kees Westerkamp

*Steeds meer documentalisten en bibliothecarissen hebben of krijgen te maken met business intelligence en competitive intelligence. Bij deze uit Amerika overgewaaide ontwikkeling draait alles om informatie en informatievoorziening. Maar wat is het nu precies? En wat is de rol van de bedrijfsinformatiedienst/documentatiedienst?*

### De oorsprong

Zoals alle trends komt business intelligence uit de Verenigde Staten. Alhoewel? De Amerikanen hebben het populair gemaakt. Business intelligence, en afgeleide vormen als competitive intelligence en corporatie intelligence, heeft zijn oorsprong in Japan. In het Japanse bedrijfsleven weet men als geen ander dat de beschikking over informatie van levensbelang is.

Bijna iedere Japanse onderneming beschikt over een informatiedienst die zich continu bezighoudt met het verzamelen van informatie over concurrenten, producten en markten. Die informatie komt zowel uit eigen land als uit landen waar Japan economische belangen heeft. En dat is eigenlijk overal ter wereld. Een aardig voorbeeld van business intelligence is dat van een Japanse fabrikant van bulldozers. Deze liet de lokale kranten aanrukken van die Amerikaanse plaatsen waar de belangrijkste concurrenten zaten. De kranten werden van A tot Z uitgespit naar berichten over de Amerikaanse fabrikanten van bulldozers. Zo was men voor een belangrijk deel op de hoogte wat er zich lokaal afspeelde.

Japan heeft zijn economische informatievoorziening zeer strak geregeld. Behalve de vele bedrijfsinformatiediensten bestaat er ook de JETRO (Japan External Trad Organization). Deze organisatie is onderdeel van het Ministry of Intemational Trade and Industry (MITI) en verzamelt informatie over het Amerikaanse en Europese bedrijfsleven. Alle informatie wordt na interpretatie doorgespeeld aan het Japanse bedrijfsleven. Het doel is het voorblijven van de Westerse concurrentie.

Vanzelfsprekend wilde het Amerikaanse bedrijfsleven niet achterblijven. Vooral ook omdat het belang van informatie als concurrentiewapen steeds groter werd. Gevolg was dat Amerikaanse bedrijven hun informatievoorziening beter gingen organiseren. Dat kon natuurlijk door de steeds toenemende en beter wordende automatisering. Vanaf het midden van de jaren '80 ontstonden vele business intelligence departments. Niet zo massaal als in Japan; in 1993 hield 3% van het Amerikaanse bedrijfsleven zich bezig met business intelligence. In Japan ligt dat percentage tegen de 100 aan. En zoals elke trend op den duur overwaait naar Europa, was dat bij business intelligence ook het geval. Na het Verenigd Koninkrijk volgde begin jaren '90 ons land.

### Rol van de bedrijfsbibliotheek

De bedrijfsbibliotheek kan een stimulerende factor spelen in de acceptatie en invoering van business intelligence in het Nederlandse bedrijfsleven. Bovendien is het ook een kwestie van



zelfbehoud. Want laten we eerlijk zijn: welke bedrijfsbibliotheek heeft geen last van bezuinigingen, reorganisaties etc.? En bedrijfsbibliotheeken die dat niet hebben, krijgen daar vroeger of later toch mee te maken. Ook dat is het gevolg van een ontwikkeling die zijn oorsprong heeft in de VS.

Door het accent te verleggen naar business intelligence kan de toekomst er wel eens aardiger uit gaan zien. Immers, business intelligence heeft direct te maken met het behalen van bedrijfsdoelstellingen. En iedere manager is daar toch in geïnteresseerd? Het zou mooi zijn wanneer de bedrijfsbibliotheek daarin een rol kan gaan spelen. Dan wordt eindelijk de waarde van zo'n afdeling zichtbaar. Het is echter niet zo gemakkelijk als ik hier veronderstel. Het imago dat een business intelligence-afdeling moet hebben, lijkt niet op dat van de huidige bedrijfsbibliotheeken en -documentatiediensten. Je hoeft geen marktonderzoek te doen om te kunnen concluderen dat managers de bibliotheek- en documentatiedienst vooral zien als een leverancier van artikelen en boeken.

De eerste voorwaarde is dat het aandachtsveld wordt verlegd van de informatiedrager naar de informatie zelf. Want dragers hebben geen waarde, informatie wel. Davenport en Prusak van het Amerikaanse Ernst & Young zeiden: "The information age is clearly upon us. Academics, consultants, and managers state that information is a critical competitive weapon." Dit betekent dat men in beginsel bereid zal zijn om voor informatie te betalen. Overigens moet die informatie dan wel antwoorden geven op de problemen. Aan een bak met informatie heeft men geen behoefte. Maar daarover later, meer.

Deze voorwaarde is meteen de belangrijkste. Want veel documentalisten en bibliothecarissen hebben de neiging zich vast te klampen aan boeken, tijdschriften, literatuuurdata bases en kaartenbakken. Door meer aandacht te schenken aan informatie en de rol ervan in de huidige bedrijfsvoering kan de discussie over bezuinigingen en reorganisatie wel eens een heel andere wending nemen.

De tweede voorwaarde is een mentaliteitsverandering. Daarin onderscheid ik twee zaken. Ten eerste commercieel denken en handelen en ten tweede het pro-actief handelen. Ten aanzien van het eerste, het commercieel denken en handelen, is het hard nodig dat we ons realiseren dat informatie geld kost en oplevert. Alle discussies over de 'free flow of information' ten spijt komt het steeds vaker voor dat voor informatie moet worden betaald. Dat is niet zo vreemd. Want de leveranciers van informatie zijn ook niet gek. Ze zien dat informatie steeds meer wordt gebruikt als concurrentiewapen en daar is geld uit te slepen. De bedrijfsbibliotheek is ook weer leverancier. En binnen veel bedrijven wordt tegenwoordig een intern afrekeningssysteem gehanteerd. Het is dus logisch dat ook de bedrijfsbibliotheek de verkregen informatie en de tijd die nodig was om die informatie op te zoeken, doorberekent. Binnen bijvoorbeeld organisatie-adviesbureaus en communicatie-adviesbureaus is het heel gewoon dat de documentalist of informatiespecialist wordt opgenomen in een offerte voor de klant. Het gevolg van deze zaken is dat de documentalist of bibliothecaris te maken krijgt met commercie. Al was het alleen maar om heel simpele zaken zoals de kostprijsberekening van informatie, offertes opstellen, uren doorberekenen en onderhandelen over de prijs. En ondanks de vele tegenstand die bovenstaande zaken oproepen, is het gewoon een kwestie van tijd dat velen hiermee te maken krijgen. In een aantal bedrijven gebeurt het al.

Ten aanzien van het tweede, het pro-actief handelen, moeten we oppassen dat we niet passief blijven. We mogen dan wel sleutelbewaarder zijn van de schatkamer, maar dat wil nog niet zeggen dat we onszelf moeten opsluiten in de schatkamer, wachtende op die prins of rover om de schat in ontvangst te nemen. Ga de organisatie in met die informatie! En dan niet alleen met aanwinstenlijsten en/of nieuwsbrieven. Maar ook met andere, nieuwe, producten. Ga op zoek naar interessante doelgroepen. Wie heeft belang bij snelle en up to date informatie? Topmanagers, marketingspecialisten, leden Raad van Bestuur etc. De bekende reclameslogan 'Ik kom graag bij de mensen thuis' moet eigenlijk het mot-



to worden van iedere bedrijfsdocumentalist/bibliothecaris. Ik denk dat het slechte imago van ons beroep mede te wijten is aan het feit dat de meesten van ons te passief weggestopt zitten ergens binnen de organisatie. Zichtbaarheid is een van de belangrijkste voorwaarden voor een betere acceptatie van de afdeling.

De derde voorwaarde is die van een procesverandering. De nadruk binnen een bedrijfsbibliotheek en/of -documentatiedienst ligt nu nog te veel op het verzamelen, ontsluiten en aanreiken van informatie(dragers). Dit proces gaat en moet de komende tijd veranderen. Informatie hoeft niet meer zo nodig intern aanwezig te zijn. Het is immers gemakkelijk om er extern aan te komen. Om een voorbeeld te geven: meer dan de helft van de informatie die ik nodig heb voor het geven van antwoorden op vragen van onze consultants komt van buiten het bedrijf. Er wordt dus pas verzameld als het daadwerkelijk nodig is. Dat bespaart een hoop tijd. Bovendien is het goedkoper. Daarnaast kunnen een hoop bibliotheekprocessen efficiënter worden gemaakt. We hebben namelijk de neiging bepaalde zaken oneindig ingewikkeld te maken omdat blijktbaar de gebruiker dat zo wil. O ja? De gebruiker wil mijns inziens geen ingewikkelde bibliotheeksystemen, maar antwoorden op zijn vragen. En dit is meteen de belangrijkste proces verandering die moet plaatsvinden, wil business intelligence een voet aan de grond kunne krijgen. Afnemers willen informatie die pasklare antwoorden biedt op problemen en vragen. Geen mappen en bakken vol artikelen, boeken, abstracts etc. De bedrijfsbibliothecaris/documentalist moet dus aan die vraag voldoen. Als een van mijn afnemers vraagt naar de ontwikkelingen in het marktsegment chocoladerepen, dan ontvangt hij een rapport je en geen stapel artikelen! Alles uiteraard in overleg en afhankelijk van de tijdsplanning. Iedere vraag heeft zijn specifieke opdracht en uitwerking. Het gevolg van deze zaken is wel dat de bereidheid om te betalen voor die informatie zeer sterk toeneemt.

Een vierde voorwaarde is een doelgroepverbreding of -verlegging. Business intelligence is een ontwikkeling die vooralsnog in het topmanagement en de marketinghoek speelt. Immers, daar zitten functionarissen die dagelijkse zware beslissingen moet nemen over de bedrijfsdoelstellingen. Informatie is daar dus onontbeerlijk. Zoek die mensen op! Zij zien het nut in van een goede informatievoorziening. En hebben het ook nog eens voor het zeggen als het op geld aankomt!

## **Bedreiging of kans?**

Is business intelligence een kans of een bedreiging voor het voortbestaan van de huidige bedrijfsbibliotheek/documentatiedienst? Dat ligt geheel aan de opstelling van de functionarissen op die afdeling.

Een bedreiging kan het zijn wanneer het personeel de ontwikkelingen naast zich neerlegt. Er zijn voorbeelden dat business intelligence-afdelingen ontstonden en geheel opereerden buiten de bibliotheek- en documentatiedienst om. Het moge duidelijk zijn waar het management het geld instak. De kansen zijn volgens mij legio en interessant. Door alle ontwikkelingen en belangstelling voor informatie en informatievoorziening is voor bibliotheken en documentatiediensten nu de tijd aangebroken om te incasseren. Incassering wat betreft waardering, toekomst en financiën. Het zal niet gemakkelijk gaan, want er is nog een hoop te pionieren. Zeker is wel dat business intelligence een metamorfose teweeg zal brengen onder bedrijfsbibliotheken- en documentatiediensten en hun personeel.



## Slot

In Nederland staat business intelligence nog in de kinderschoenen. Dat heeft voor- en nadelen. Voor wie van pionieren en avontuur houdt is dat leuk. Voor anderen kan het onzekere tijden tot gevolg hebben. Zeker wanneer het concept niet tot de verbeelding spreekt. Maar vroeger of later krijgt iedere bedrijfsbibliotheek en/of -documentatiedienst er mee te maken. Een aantal bedrijven heeft reeds een business intelligence-afdeling of is bezig met de opzet ervan. Het onderwerp verschijnt meer en meer in de pers. Er zijn inmiddels diverse vakorganisatie die zich bezighouden met business intelligence en/of vormen daarvan. In Nederland zijn dat CIS (Corporate Intelligence Society) en SCIP (Society Competitive Intelligence Professionals). SCIP opereert ook internationaal net als de AGSI (Association for Global Strategic Information).

En alhoewel we aan de wieg staan van een hoop veranderingen, kunt u zelf al een beetje business intelligence bedrijven. Bijvoorbeeld door het verzamelen van informatie over het onderwerp.

Kees Westerkamp, Nederland

gepubliceerd in het vakblad Open nummer 4 van april 1995, pagina 118-121

## Kader

Business intelligence is het proces van het verzamelen, analyseren en interpreteren van alle, op legale wijze te verkrijgen, interne en externe informatie die relevant is voor het besluitvormingsproces op alle niveaus van een organisatie.

Bij competitive intelligence ligt de nadruk sterk op informatie over concurrenten. Andere afgeleide vormen zijn technical intelligence, demographic intelligence etc.

