

NVB Congres

Waar doen we het voor?

‘De waarde van
informatieproducten en -diensten
voor de organisatie’

Lezing NVB Congres

Bart van der Meij

Ede, 3 november 2003



Inhoud

- Voor wie doen we het?
- Hoe doen we het?
- Model voor een informatiecentrum
- SLA's
- Waar doen we het voor?
- Investeren
- Kosten/opbrengsten
- ROI
- Cashflow

Voor wie doen we het?

- Management
- Medewerkers
- Externe gebruikers

Management

- Toegevoegde waarde
- Aansluiting bij het primaire proces
- Organisatiedoelen
- Efficiency of kwaliteit

Medewerkers

- Minder zoektijd, meer tijd voor core business
- Beter werkresultaat
- Informatie op maat
- Actueel kennisniveau

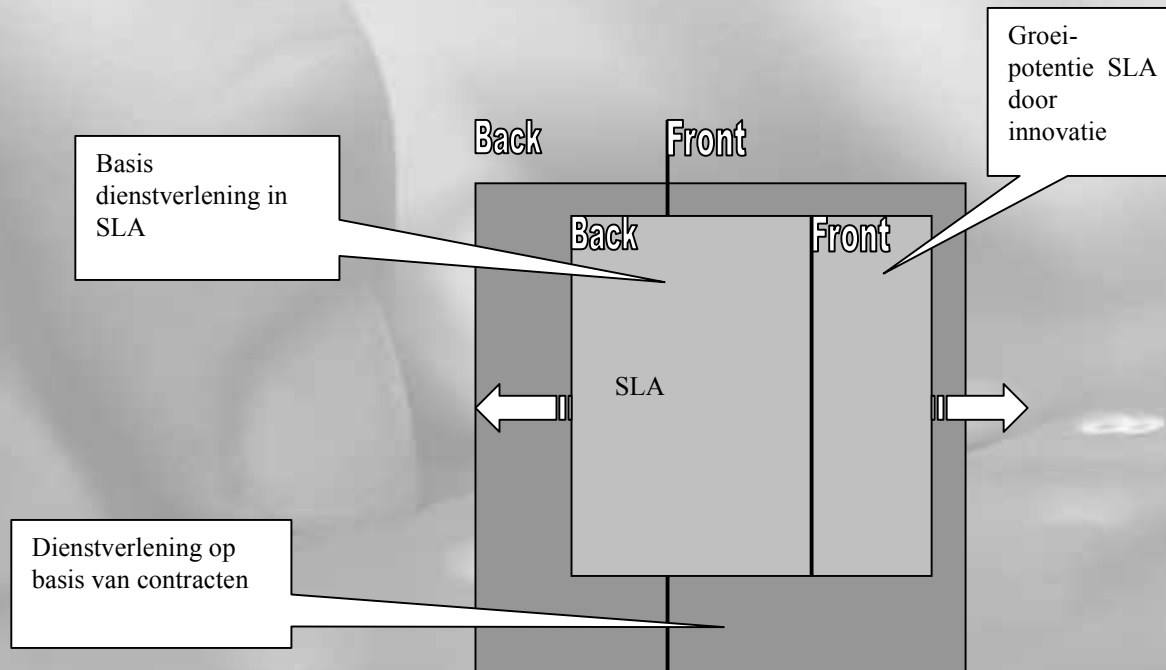
Externe gebruikers

- Extra service
- Profileren
- Informatie uitwisseling
- Wettelijke verplichting

Hoe doen we het?

- Trends in branche
- Gebruikersonderzoek
- Draagvlak
- Innovatie
- SLA's

Model voor een informatiecentrum



SLA (1)

Service Level Agreement

- Producten en diensten (standaardpakket)
- Gewenste output
- Meten of aan verplichtingen is voldaan

SLA (2)

Voordelen SLA's

- Toegevoegde waarde producten en diensten
- Profilering van producten en diensten
- Prijsonderhandelingen
- Relatie tussen doel en middelen
- 'Groeimodel' voor activiteiten
- Extra dienstverlening afstemmen op vraag

Waar doen we het voor?

■ Doelgerichtheid:

- ▶ Voor wie doen we het?
- ▶ Hoe doen we het?
- ▶ SLA's

■ In €'s:

- ▶ Investeren
- ▶ Kosten/opbrengsten
- ▶ Return On Investment (ROI)
- ▶ Cash Flow

Investeren

- Investering
 - ▶ Vervanging
 - ▶ Uitbreiding
 - ▶ Kostenbesparing
 - ▶ Innovatie
 - ▶ Milieu en veiligheid

- Kosten/opbrengsten
 - ▶ Investeringsbedrag
 - ▶ Cashflow
 - ▶ Terugverdientijd
 - ▶ ROI

Kosten/opbrengsten (1)

Investeringsbedrag:

- Materiële vaste activa
- Immateriële vaste activa
- Vlottende activa

Kosten/opbrengsten (2)

Cashflow:

Het verschil tussen de ontvangsten door verkoop van producten of diensten en de uitgaven voor het gebruik van productiemiddelen in een bepaalde periode



Kosten/opbrengsten (3)

Terugverdiëntijd:

De periode tussen het moment van de investeringsuitgave en het tijdstip waarop dit bedrag, via de cashflows, weer geheel is teruggevloeid

Kosten/opbrengsten (4)

Return On Investment (ROI)/
gemiddeld rendement

De gemiddelde jaarlijkse winst van een investeringsproject, uitgedrukt in een percentage van het gemiddeld in dit project geïnvesteerd vermogen



Return On Investment (1)

Formule

- ROI = Gemiddeld rendement
- Gemiddeld rendement = $\frac{(TCF - I)/n}{\frac{1}{2} \times (I + RW)}$ x 100%

Waarbij:

TCF = het totaal van alle cashflows

I = het investeringsbedrag

n = de levensduur van het project

RW = de restwaarde

Return On Investment (2)

voorbeelden

- Productiviteit van de werknemers, arbeidsbesparende voordelen
 - ▶ Medewerkers bereiken meer omdat ze minder tijd besteden aan het zoeken naar informatie en daarom zijn er minder mensen nodig.
 - ▶ Minder medewerkers vragen om overwerk om het werk gedaan te kunnen krijgen.
 - ▶ De groei van het aantal nieuwe medewerkers kan worden vertraagd.
- Hogere verkoopopbrengst
 - ▶ Het leveren van de noodzakelijke informatie voor het versnellen of realiseren van een bepaalde opdracht of het trekken van de aandacht van een bepaalde klant.
- Daling van de papierkosten
 - ▶ Er hoeft op de documentatieafdelingen niet meer gewerkt te worden aan het onderhouden en distribueren van gedrukte publicaties.



Return On Investment (3)

Voorbeelden

- Kostenbesparing
 - ▶ Hetzelfde werk, met minder mensen
 - ▶ Lagere 'Total cost of ownership' voor IT
 - ▶ Beter beslissingen nemen

- Beter service
 - ▶ Meer doen en beter doen
 - ▶ Sneller reageren

- Meer winst
 - ▶ Hoger klantenbereik
 - ▶ Nauwkeuriger en sneller factureren
 - ▶ Beter financiële overzichten



Cashflow (1)

De waarde van informatie

De waarde van informatie is gelegen in het 'nuttig effect' dat aan informatie kan worden toegeschreven.

Voorbeelden:

- Behaalde voordelen
- Gunstig effect van genomen beslissingen
- Kostenbesparing
- Toename van de omzet
- Voorkomen van fouten

Cashflow (2)

Prijsberekeningmodellen

- Kostprijs
- Overhead
- Marge

Cashflow (3)

De prijs van informatie

Uitgevers akkoord met knipseldiensten

Amsterdam, 4 juli 2003 – De dagbladuitgevers en de drie grote commerciële knipseldiensten hebben een conflict bijgelegd. De knipseldiensten gaan door met knippen en de uitgevers ontvangen een vergoeding. De prijzen voor de knipseldiensten stijgen met ongeveer 27%. Er komt een toeslag van €0,50 die wordt afgedragen aan de uitgevers. Jaarlijks gaat het om drie tot vier miljoen knipsels, waarmee de totale opbrengst voor de uitgevers komt op €1,5 tot 2 mln. Een hoger beroep van de knipseldiensten wordt stopgezet. De Telegraaf, PCM Uitgevers, Het Financieel Dagblad en twee freelance journalisten begonnen in 2001 een rechtszaak tegen de knipseldiensten wegens inbreuk op auteurs- en databankrechten.

FD, 4-7-2003



Bedankt voor uw aandacht en inbreng

Heresingel 18

9711 ET Groningen

Telefoon (050) 3124618

Fax (050) 3120592

E-mail: mail@reekx.nl

URL : www.reekx.nl

Plein 44

1354 LJ Almere-Haven

Telefoon (036) 5470916

Fax (036) 5470917

