In vier stappen aan de slag met small data

15-06-2017 14:21



Conclusies baseren op basis van kleine datasets klinkt onbetrouwbaarder dan bouwen op bergen gegevens. Toch bieden small data inzichten die met big data vaak niet haalbaar zijn. “Big data-onderzoek is als vissen in een grote bak. Kleine datasets leveren verrassende informatie op.” In het aprilnummer van RetailTrends zijn de voordelen van small data uitgebreid aan bod gekomen. Harvard Business Review legt uit hoe je er in vier stappen mee aan de slag kunt.

Stap 1: Definieer
Laat mensen vanuit verschillende invalshoeken naar een probleem kijken. Zo leg je hun verborgen aannames bloot en komen nieuwe vragen boven voordat je daadwerkelijk op zoek gaat naar data. Een hulpmiddel hierbij is om vanuit verschillende personen over het probleem te schrijven zonder het gelijk op te willen lossen. Vanuit klant- en leverancierspersperspectief bijvoorbeeld, of dat van de concurrent. Daarna kun je naar data zoeken. Vraag je daarbij voortdurend af hoe je besluit zal veranderen als je bepaalde data tot je beschikking hebt. Verandert er niets, dan hoef je die informatie niet daadwerkelijk te zoeken.

Stap 2: Integreer
Integratie helpt je te analyseren hoe het probleem en de data in elkaar passen. Daarna kun je wederom verborgen aannames van mensen in kaart brengen. Een hulpmiddel hierbij is een KJdiagram (vernoemd naar

maker Kawakita Jiro), waarbij je causale verbanden legt tussen feiten. Schrijf die feiten op kaarten en sorteer ze vervolgens in stapels gebaseerd op relaties. Bijvoorbeeld een stijging in het aantal klanten na een succesvol initiatief of een salesdipje na een te laat opgeleverd project. Zo creëer je een visueel model van de patronen die ontstaan en maak je verbindingen tussen de data.

Stap 3: Verken
De eerste ideeën of oplossingen die inmiddels leven, werk je verder uit. Ken hiervoor de verschillende ideeën aan teamleden toe en laat ze die in een minuut of vijf verder ontwikkelen door erover te schrijven of te tekenen. Ieder van hen schuift daarna zijn kaart naar zijn buurman die ermee verder gaat. Bespreek de gezamenlijke uitkomst. Het leert mensen om ideeën los te laten en hoe het is om zowel zaken aan te passen als hun eigen ideeën aanpast te zien worden. Bovendien dwingt het hen een richting op te denken waar ze zelf niet op kwamen. Bespreek ook welke ideerichtingen kansrijk zijn.

Stap 4: Test
In de laatste fase spreek je het kritisch denkvermogen van mensen aan en test je de plannen op haalbaarheid. Vraag bijvoorbeeld onder welke omstandigheden de bedachte oplossing zal falen. Wees je bewust dat mensen vaak te veel informatie verzamelen die hun eerdere ideeën bevestigt. En te weinig informatie die hun overtuiging ontkracht. Dit alles is niet bedoeld om gebruik van data uit te bannen, maar om meer te kunnen doen met minder informatie en het uiteindelijk om te zetten in kennis en inzicht.

Bron: RetailTrends 4