



Whitepaper

Visie en strategie als anker

Jouw datatransformatie start met een
aansprekende datavisie en -strategie

Inhoud

Inleiding	3
Van pionieren kun je leren	4
Aan de slag met de datavisie en -strategie	5
Datavisie en -strategie in de praktijk	6
Van visie en strategie naar uitvoering	6
Van pionieren naar visie	8

Inleiding

Met de visie 'een ronde aarde' vertrok wereldreiziger Ferdinand Magellaan in 1519 met zijn reis rond de wereld. Zijn missie? Bewijzen dat onze aarde rond was. Met zijn schip voer hij vol goede moed op zoek naar land om te bewijzen dat je de wereld rond kunt varen. Toen hij aankwam in het huidige Amerika en de doorsteek naar de Stille Oceaan vond was zijn visie bewezen.

Zijn aanpak ofwel strategie had standgehouden en zijn visie was werkelijkheid geworden.

De slagingskans van deze reis werd vergroot door deze duidelijke visie, de aansprekende missie, het vertrouwen in de strategie en natuurlijk het aanpassingsvermogen tijdens de reis. Wat kunnen wij leren van deze visie, missie en strategie aanpak? En hoe passen we die aanpak toe in de huidige uitdagingen rondom de adoptie van datagedreven werken?

In dit whitepaper nemen we je mee in hoe een datavisie, -doelen en -strategie jouw organisatie de juiste richting kunnen bieden om duurzaam met data aan de slag te gaan.





Van pionieren kun je leren

Een organisatie staat zonder datavisie niet stil. Integendeel, we zien juist dat er wordt gepioneerd op bijvoorbeeld afdelingsniveau. Het opdoen van kennis, investeringen in techniek en het trainen van medewerkers gebeurt afzonderlijk, waardoor het enthousiasme voor datagedreven werken slechts mondjesmaat groeit. Ondanks dat er in het beginstadium niet wordt gebouwd aan een duurzame datastructuur, doen medewerkers wel veel ervaring op met het werken met data. Zij ontdekken tegen welke problemen zij in de organisatie aanlopen. Voeding voor de toekomstige datavisie en -strategie.

In de praktijk treffen we zelden een organisatiebrede aanpak aan wanneer de organisatie net is gestart met pionieren. We zien afdelingen en teams afzonderlijk aan de slag gaan met hun informatiebehoefte en bijpassende informatieoplossingen. Ze zijn aan het pionieren en zoeken los van elkaar naar een juiste aanpak. Dit heeft als resultaat dat afdelingen en teams met eigen definities, bronontsluitingen, tools en rapportages aan de slag gaan.

Op zichzelf hoeft dit niet negatief te zijn, sterker nog: hieruit blijkt juist dat er een brede informatiebehoefte is, zodanig zelfs dat men zelf een informatieoplossing heeft gerealiseerd. Op dit enthousiasme kun je verder bouwen.

Uit ervaring kunnen we zeggen dat pionieren met data een eerste stap is, maar dat de combinatie van verschillende informatieoplossingen uiteindelijk niet leidt tot een organisatiebrede aanpak. Als deze fase blijft voortduren, merken we dat er grote verschillen in werkwijze, groeisnelheid en kennisniveau ontstaan. De algehele datavolwassenheid van de organisatie en het draagvlak voor datagedreven werken komen hiermee onder druk te staan op tal van gebieden. Ook lopen de kosten door de individuele inkoop van technologie en ondersteuning vrijwel zeker meer dan nodig op.

Het advies is daarom ook om tijdig en frequent te evalueren op welke wijze de organisatie werkt met data. Tijdens deze momenten kun je toetsen of de organisatie klaar is voor het opstellen van een datavisie en -strategie. Een organisatiebrede datavisie en -strategie bieden juist richting om de losstaande initiatieven te professionaliseren en borgen binnen het reguliere werk.



Aan de slag met de datavisie en strategie

Met een organisatiebrede datavisie en -strategie ondersteun en motiveer je de individuele afdelingen en teams om hun databehoefte, informatiebehoefte en de gewenste informatieproducten kenbaar te maken. Door deze gesprekken met de afdelingen te voeren, haal je input op voor de ontwikkeling van een uniforme en kwalitatieve werkwijze. Datagedreven werken is immers een transitieproces voor de hele organisatie.

Het uitwerken van een datavisie is niet simpelweg het uitschrijven van een rapport. In tegendeel juist. De datavisie vraagt om gesprekken met de organisatie om te ontdekken op welke manier de organisatie met data wil werken, wat hierin wel en niet geoorloofd is en welke waarde de data hebben voor de maatschappelijke vraagstukken. Het gaat immers om het enthousiasmeren en motiveren van medewerkers om met data aan de slag te gaan.

Organisaties kunnen de volgende drie stappen doorlopen om te komen tot een passende visie en strategie:

1. Visievorming | Voor de invulling van de visie bespreekt de organisatie hoe data bijdragen aan de beleidsvorming en sturing op de maatschappelijke taken van de organisatie. Deze resultaten verwerk je in de datavisie.

2. Strategievorming | Vervolgens vertaal je deze visie naar doelstellingen en activiteiten. Deze werk je op hoofdlijnen uit binnen de onderdelen:

- privacy
- ethiek
- data governance
- datageletterdheid
- informatiebeveiliging
- archivering
- beheer
- geldende wet- en regelgeving

3. Middelen | In deze concretisering van de visie en strategie kan de financiering van de activiteiten niet ontbreken. Budgetten en medewerkers worden beschikbaar gesteld om aan de slag te gaan met de datavisie en -strategie.

4. Met die datavisie en -strategie in hand werk je de activiteiten uit naar een uitvoeringsprogramma volgens het Objective-Goal-Strategy-Measurement-model (OGSM-model). Hoe je dit doet, lees je verderop in de whitepaper.

Datavisie en -strategie in de praktijk

Wat kan de uitkomst zijn van deze exercitie? Stel dat je als organisatie de volgende richting in je datavisie en strategie aanhoudt: "Wij geloven dat data helpen om onze inwoners proactieve, transparante en efficiënte dienstverlening te bieden en onze stad leefbaarder te maken."

Deze richting vertaal je vervolgens naar concrete doelen en acties, bijvoorbeeld:

1. Data-integratie

Ontwikkelen van een centraal dataplatform waarin gegevens uit alle afdelingen worden samengebracht, zodat meldingen als openbare ruimte, verkeersdata en inwonersfeedback op uniforme manier worden verwerkt.

2. Voorspellende analyses

Inzetten van data-analyse om mogelijke problemen te voorspellen en met passende acties voorkomen, zodat bijvoorbeeld verkeersopstoppingen op basis van historische data en real-time verkeersstromen worden verminderd.



3. Inwonergerichtheid

Optimaliseren van digitale meldsystemen, zodat inwoners via een app direct kunnen zien wat de status is van hun melding (bijvoorbeeld een kapotte lantaarnpaal).

4. Datageletterdheid

Training geven aan medewerkers om beter gebruik te maken van data in beleidsvorming, zodat zij bijvoorbeeld demografische trends voor nieuwe woonwijken kunnen analyseren en verwerken in beleid.

5. Privacy en transparantie

Strikte naleving van AVG-regels en heldere communicatie naar inwoners over hoe data worden verzameld en gebruikt, zodat we handelen conform wetgeving en als transparante overheid.

Van visie en strategie naar uitvoering

We kunnen dus stellen dat de organisatie eerst pioniert, voordat de behoefte ontstaat aan een organisatiebrede aanpak met een datavisie en -strategie. Wanneer het zover is dat de verschillende pioniersprojecten leiden tot de behoefte aan richting, structurering en technologische basis, wil je als organisatie snel kunnen leveren. Wij adviseren dan ook om voorafgaand aan de datavisie een grondige evaluatie te doen over waar de organisatie staat. Het in kaart brengen van de situatie doet Van Dam Datapartners met de **Nulmeting Datavolwassenheid**. We focussen op de ontwikkelingen van de organisatie op basis van de vijf pijlers van datavolwassenheid.

Met het inzicht in de huidige situatie op zak start je als organisatie met het opstellen van de datavisie en -strategie. Deze uitwerkingen zorgen er niet automatisch voor dat je het datagebruik binnen de organisatie professionaliseert. Je hebt een aanjager of kwartiermaker nodig die de transitie stimuleert en begeleidt. Ons advies is om deze beweging inzichtelijk te maken door resultaten en successen te delen. Maar hoe doe je dat? Wij werken volgens het OGSM-principe.

Het OGSM-model is een gestructureerde aanpak om de datavisie en -strategie om te zetten in concrete acties en meetbare resultaten. Dit maakt het een krachtige tool voor organisaties die strategisch willen werken en resultaten willen behalen.

We hebben in onze datastrategie opgenomen dat we de stad leefbaarder willen maken met behulp van data. Dan kan de organisatie deze strategie met het OGSM-model uitschrijven naar een uitvoeringsprogramma, zodat de organisatie weet met welke activiteiten zij aan de slag gaan:

Objective (doel)

Verbeteren van het beheer en onderhoud van het rioolstelsel door inzet van data, om kosten te verlagen en overlast voor inwoners te verminderen.

Goals (doelstelling)

Het aantal storingen en verstoppingen in het riool verminderen met 20% binnen 1 jaar.

Strategies

1. Implementeren van sensoren in het rioolstelsel om real-time data te verzamelen over waterstromen, verstoppingen en slijtage.
2. Inzetten van voorspellende analyses om onderhoudsbehoeften te identificeren vóórdát problemen ontstaan.
3. Centraliseren van alle riooldata in een toegankelijk platform voor beheer en besluitvorming.
4. Trainen van technisch personeel in het gebruik van data en analyses voor efficiëntere besluitvorming.

Monitoring

- Percentage datagestuurde inspectie- en onderhoudsbeslissingen (streefwaarde: 80%).
- Vermindering van storingen en verstoppingen (streefwaarde: -20%).
- Verlaging van onderhoudskosten (streefwaarde: -15%).





Van pionieren naar visie

Hoe nu verder?

Wil jij zelf aan de slag met datagedreven werken en wil jij uitdenken hoe data en informatie van waarde kunnen zijn voor jouw organisatie? Dan kun je op verschillende manieren starten. De **Nulmeting Datavolwassenheid** is een slimme eerste stap om zicht te krijgen in jouw huidige manier van werken. Je krijgt inzicht vanuit welk datavolwassenheidsniveau jouw organisatie werkt.

Heb je geen ruimte voor de Nulmeting, maar heb je wel een aantal vragen die je beantwoord wilt zien voordat je start met je visietraject? Dan is de **Quickscan** wellicht is voor jou. De Nulmeting, de Quickscan of een andersoortig adviestraject kunnen onze adviseurs ondersteunen. Samen met de organisatie werken we toe naar een aansprekende visie en haalbare strategie, zodat jij de juiste stappen vooruit kan zetten.

Benieuwd wat Van Dam Datapartners voor jou kan betekenen?

Neem contact op met onze expert Conny!

✉ conny@vandamdatapartners.nl

The logo for Van Dam Data Partners features a stylized bar chart with three bars of increasing height on the left, followed by a line graph with three data points connected by lines. The text "VAN DAM" is positioned above a horizontal line, and "DATAPARTNERS" is positioned below it, both in a blue, sans-serif font.

VAN DAM
DATAPARTNERS

