



Het einde van de analist

Analisten als Gartner Group, Meta, Forrester en IDC maken momenteel zware tijden door. Met een harde knal zijn ze van hun voetstuk getuimeld. In deze column wil ik speciale aandacht aan deze beroepsgroep besteden.

Tot voor kort speelden analisten een opvallende rol in de ICT-markt. Hun woord was wet. Als Gartner zijn zegen aan een product, idee of dienst gaf of Meta er juist twijfels bij plaatste, kon de betreffende leverancier wel inpakken (of uitpakken, afhankelijk van de aard van de opinie). Daarmee hebben de analisten in de ICT-markt een rol toegedeeld gekregen die ik uit slechts één ander marktsegment ken, namelijk het aandelenadvies. Analisten worden geacht als een echte goeroe wijsheden ten toon te spreiden die voor ons, gewone stervelingen, verborgen blijven achter de mistsluiers van de toekomst. In beide gevallen durven de analisten stellige beweringen aan over mogelijkheden en beperkingen in de toekomst. In beide gevallen volgen de aanhangers van deze zelf-verklaarde goeroes ook kritiekloos de adviezen die over hen neerdalen. Het kost wat, maar dan weet je ook wat.

Voorkennis

Op beide kwalijke aspecten, zowel die van de zender als die van de ontvanger, wil ik even wat dieper ingaan. Om te beginnen met de analisten. Het oude spreekwoord, voorspellen is moeilijk, vooral als het om de toekomst gaat, blijft overeind. Af en toe durf ik ook wel eens een voorspelling los te laten, of Oracle wel of niet Peoplesoft gaat overnemen, en wie ze daarna gaan overnemen. Ik pretendeer daar verder niets mee. Mijn opinie is net zo goed als die van u.

Medewerkers van analistenbureaus zijn echter ook gewone mensen. Om aan hun informatie te komen, laten ze zich voorlichten door ICT-leveranciers over hun toekomstplannen. Grote ICT-leveranciers, bijvoorbeeld Oracle, hebben daar speciale teams voor die deze mensen voorlichten en masseren. Bovendien betrekken ze informatie van R&D-laboratoria bij universiteiten en leveranciers. Gewapend met die voorkennis vormen ze een ruwe opinie. Vervolgens hebben ze een min of meer formele methode waarin ze hun ruwe opinies wegen, een dienstdoende über-goeroe kijkt ernaar en de toekomst wordt helder: tachtig procent waarschijnlijkheid dat dit scenario ook werkelijkheid wordt.

Al die interne methoden klinken heel wetenschappelijk, maar er is een klein probleempje. 11 September 2001. Of black thursday. Of de golfloorlog. Of SARS. Of wat dan ook. In al die gevallen blijkt dat één enkele gebeurtenis een hele lawine van gevolgeffecten te weeg brengt, die niemand kan voorzien. Op zich vind ik dat prima. Als je dan ook maar niet pretendeert dat jij het, in tegenstelling tot de rest van de

wereld, wel zeker weet. In hun leveringsvoorwaarden dekken analisten zich hier keurig tegen in. Maar in de praktijk hadden deze voorspellingen de status van waarheid bij de markt. En de analisten hebben het ook niet echt hard geprobeerd om het anders te maken, want iemand moest toch die torenhoge tarieven betalen?

Afnemerszijde

Dat brengt me meteen bij de andere zijde van dezelfde medaille. De ICT-consumenten. Elke zichzelf respecterende CIO of ICT-manager moest minimaal eens in de twee jaar een analistenconferentie bezoeken om 'bijgepraat' te worden. Ook dat vind ik te respecteren. Het is altijd goed jouw opinie te toetsen aan die van een ander. Zo lang je zelf maar je eigen opinie meebrengt! En hier ligt de kern van het probleem aan de

Is het u al opgevallen dat analistenvoorspellingen een veel minder prominente positie innemen in publicaties en leverancierspresentaties?

afnemerszijde: het is wel erg gemakkelijk om een ander jouw opinie te laten vormen. O we doen tegenwoordig geen maatwerk meer, maar alleen maar standaard ERP-toepassingen? Ach so! Nou dan maar snel achter de kudde aan en wij ook een kamerbrede ERP-oplossing. En wat hoor ik daar? Elk datacenter van enige standing heeft tegenwoordig een batterij Windows-servers? Eruit met die oude vertrouwde Unix-dozen, we lopen achter! Het gaat me er niet om of het antwoord op deze vragen ja of nee is, het gaat me erom dat (duurbetaalde) CIO's en ICT-managers klakkeloos hun eigen visie lieten dicteren door anderen. En natuurlijk past het algemene advies nooit helemaal naadloos op mijn specifieke situatie, maar gelukkig hebben analistenbureaus ook hun eigen consultancydivisies, die (voor astronomische tarieven) hun (al eerder betaalde) visie voor ons op maat komen snijden.

Niet zo chique

En zo ontstond een wereld van communicerende vaten. De vaten werden gevuld met steeds meer lucht, totdat de deksel eraf sprong. En nu zitten we met de duigen. Is het u al opgevallen dat analistenvoorspellingen een veel minder prominente positie innemen in publicaties en leverancierspresentaties? Het wordt voor analistenbureaus ook steeds lastiger om hun dure abonnementen te verkopen. Er zijn zelfs al analistenbureaus die enkele marktvorsers hebben moeten ontslaan! Oei, oei, oei, niet zo chique...

Ik vind dit een klassiek voorbeeld van lucht die uit de markt loopt. ICT-managers en CIO's worden gewoon geacht zelf na te denken, een eigen visie te vormen op het ICT-beleid dat het beste is voor hun specifieke organisatie (nee, ook niet stiekem één leverancier achterna lopen, je moet echt een eigen visie ontwikkelen!). En analisten worden weer op hun feitelijke waarde geschat, hun mening is een mening, niet de mening. Ze moeten alleen hun tarieven nog even aanpassen aan de realiteit.

We gaan het gewoon weer lekker zelf uitzoeken.

Theo Koster

geeft zijn visie op zaken rondom de Oracle-technologie en de marketing van Oracle-producten. Hij is directeur van Conclusion Communication, een adviesorganisatie voor ICT-marketing en projectcommunicatie. Zijn e-mailadres tkoster@conclusion.nl staat open voor reacties.

