

## Bilateraal

# Hockeydames doen aan BI

Paul van der Linden

Een van de beste voorbeelden van Business Intelligence kun je vinden, niet in de board room, maar op het kunststof gras waarop de Nederlandse hockeydames hun kunsten vertonen. Niet het eerste waar je aan denkt als je het over interessante en aansprekende voorbeelden van Business Intelligence hebt. En toch is dit BI in optima forma. BI zoals het bedoeld is. Onder de bezielende leiding van Marc Lammers, de coach van deze hockeydames, wordt hier getoond waartoe BI in staat is. Over de prestaties van de Nederlandse hockeydames kunnen we kort zijn. Sinds Lammers aan het roer staat is er een stijgende lijn in deze prestaties waar te nemen, culmineerend in een zesde EK-titel in zeven jaar. Natuurlijk word je niet toevallig kampioen, dus zit hier een verhaal achter. En Lammers is niet te beroerd om dat verhaal te vertellen. Gewapend met camera en oortelefoontjes is hij haarfijn in staat om tijdens de wedstrijd zijn speelsters instructies te geven. Niet achteraf, maar real-time. Door de oortelefoontjes huidkleurig te maken lukte het een periode om deze werkwijze geheim te houden. Coaches staan vaak langs de zijlijn druk te gebaren en allerlei handsignalen het veld in te sturen. Marc Lammers was daar geen uitzondering in. Ook nadat hij allang via camera en oortelefoontjes instructies doorgaf bleef hij handsignalen geven. Niet bedoeld voor de hockeyende dames, maar nu puur om de tegenstander en coach van het andere team op het verkeerde been te zetten. Door speelsters tijdens de training met GPS uit te rusten werd duidelijk dat getrainde loopafstanden niet aansluiten bij de sprintjes die normaal in een wedstrijd worden gelopen. En zo zijn er nog vele andere ingenieuze manieren waarop het Marc Lammers en de hockeydames lukt om steeds een stap vooruit te blijven. Een krachtiger voorbeeld van BI is niet mogelijk. De beschikbare informatie (camerabeelden) worden direct geanalyseerd (door de materiedeskundige Marc Lammers) en ter beschikking gesteld aan de eindgebruikers (de hockeydames). De eindgebruikers gebruiken deze informatie direct door ze om te zetten in acties die moeten bijdragen aan het eindresultaat: winnen. Handsignalen geven om de tegenstander te misleiden is daarbij een mooie case van competitive intelligence. Het inzetten van GPS is weer een prima voorbeeld van BI. Ook hier wordt de beschikbare informatie (GPS-data) direct geanalyseerd (door materiedeskundige Marc Lammers) en resulteert in het aanpassen van de getrainde sprintafstanden. Het heeft dus ook hier een direct effect op de actie (training). Wat zo mooi is aan deze voorbeelden is het heldere en directe verband tussen oorzaak en gevolg. In de BI-praktijk zoals wij die kennen is dat veel diffuser.

Tijdens het tweede jaarcongres van DIT (partners van Microsoft) stond Marc Lammers op het programma. DIT wordt leuk, dacht ik, en dat was het ook. Maar na het verhaal gehoord te hebben bleef bij mij met name het volgende hangen. Het verhaal van Marc Lammers en de hockeydames is er een waarbij de gebruiker (Marc Lammers) een idee heeft hoe hij technologie kan inzetten om zijn doel te realiseren. Sterker, hij realiseert dit ook zelf en overtuigt de rest van de organisatie (de hockeydames) van het belang ervan. De resultaten zijn direct, duidelijk en (niet onbelangrijk) positief.

Laten we eens nagaan hoe dit zou hebben uitgepakt in een reguliere organisatie. De eindgebruiker (Lammers) gaat naar de IT-afdeling om een camera en wat oortelefoontjes te vragen. Antwoord: "Dit is geen corporate standaard, die kunnen we niet bestellen". Lammers moet een business case schrijven. Laten we aannemen dat die heel overtuigend is en dat men besluit dat er toch besteld mag worden. Een half jaar later arriveren ze. Maar natuurlijk niet zoals besteld, dus in plaats van huidkleurig zijn ze felblauw. Na nog een bestelling zijn ze huidkleurig en kunnen gebruikt worden. Maar nu blijkt dat ze niet passen voor kleine damesoren en waarschijnlijk bedoeld zijn voor uit de kluiten gewassen rugbyspelers. OK, opnieuw bestellen. De camera en oortelefoontjes zijn nu in orde. Lammers komt aan bij de hockeyspelsters. Maar die hebben er weinig zin in om met een oortelefoon te gaan hockeyen. "Bekijk het maar, wat heb ik er aan?" Lammers antwoordt: "Je krijgt meer informatie en betere instructies". "Nou en?" "Onze kans om de wedstrijd te winnen wordt groter". "Dus?" "Nou, het ging toch om winnen?" "Nee hoor, ik wil gewoon een lekker partijje hockeyen zonder stress". En hier zit mijn punt. De hockeydames zijn stuk voor stuk gefocust op winnen. Voor welke organisatie geldt hetzelfde? En in welke organisatie zitten geen mensen waarbij "zonder stress" het belangrijkste is?

Marc Lammers en de Nederlandse hockeydames blijft een aansprekend voorbeeld van wat BI vermag. Het is zo mooi omdat het zo zuiver is. Informatie-analyse-actie-goal! We willen allemaal wel kampioen worden en zo inventief als Marc Lammers zijn. Maar ook met tien camera's en twee oortelefoons per medewerker blijft het een moeilijke wedstrijd, vrees ik.

**Paul van der Linden** (Paul.PFH.vanderLinden@AtosOrigin.com) is senior consultant Data Warehousing/BI bij Atos Origin en geeft leiding aan Data Warehousing Cost & Lifecycle Management (CLM).