

Search als best of both worlds EIM-aanpak

ORGANISATORISCHE UITDAGING

In 2005 lanceerde analistenfirma Gartner een nieuwe kreet: Enterprise Information Management. Gestructureerde informatie (Business Intelligence) en ongestructureerde informatie (Enterprise Content Management) moeten worden samengevoegd om de informatievoorziening naar een volgend niveau te tillen.

Door Paul Baan, Mathijs Kreugel en Floris Weegink

Visies over Enterprise Information Management worden sterk vanuit één van beide vakgebieden geformuleerd, kennelijk met het doel het voortbestaan van het eigen vakgebied te garanderen. Maar leidt dit wel tot de optimale integratie? Hoog tijd om het hokjesdenken op te geven en Search centraal te stellen.

Silo-denken

Als Gartner een nieuwe term lanceert, hebben leveranciers van oplossingen en diensten onmiddellijk de behoefte om een positie in deze nieuwe markt te veroveren. Zo ook bij de introductie van Enterprise Information Management. Zonder kennis te nemen van het andere vakgebied formuleren zowel BI- als ECM-specialisten de ideale oplossing. De ECM-gemeenschap claimt dat ECM bij uitstek het vakgebied is gericht op het procesmatig en gecontroleerd ontsluiten van informatie, terwijl de BI-gemeenschap aangeeft de enige te zijn die data-analysemogelijkheden richting de informatiewerker kan brengen.

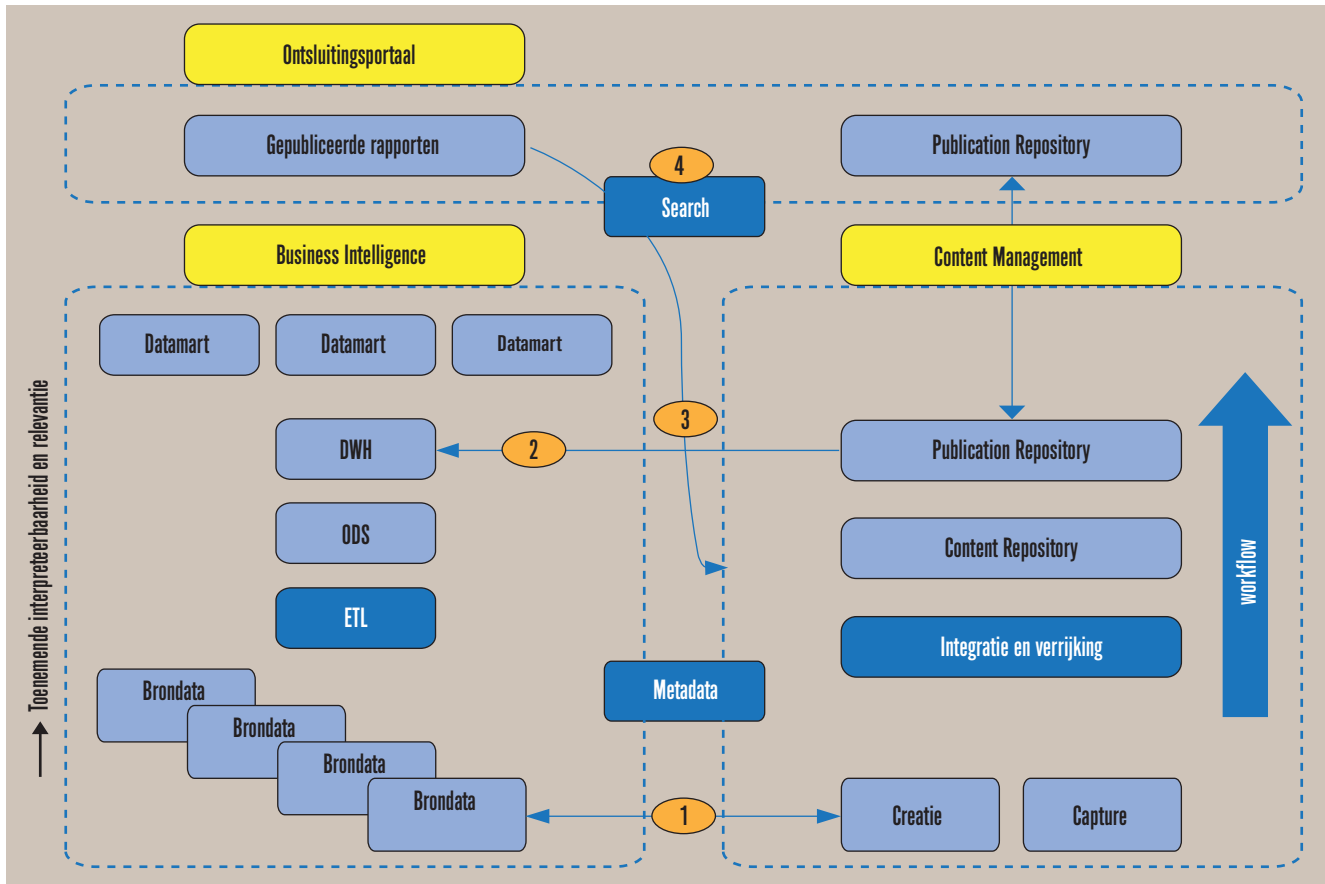
Dit gedrag maakt één ding duidelijk: niet alleen data en content worden in silo's beheerd, ook het BI- en ECM-gedachtegoed opereren vanuit eigen silo's. Visies over Enterprise Information Management worden sterk vanuit één van beide

vakgebieden geformuleerd, kennelijk met het doel het voortbestaan van het eigen vakgebied te garanderen. En daar wordt Enterprise Information Management per definitie te kort mee gedaan.

Een grote misvatting is dat Enterprise Information Management een bedreiging voor het voortbestaan van BI of ECM zou zijn. Enterprise Information Management vergt een andere benaderingswijze van het onderwerp informatie, waarin het onderscheid tussen data en content pas in latere fase gemaakt wordt. De BI- en ECM-componenten blijven daar zeker allebei voor nodig.

Marktontwikkelingen

Een complete out-of-the-box oplossing voor Enterprise Information Management zal niet snel ontstaan. Opvallend is wel om te zien hoe de grote platformleveranciers na de grote consolidatie in de ECM-markt nu hun slag slaan op de BI-markt. IBM maakt vaart met het vervolmaken van het Enterprise Information Management portfolio, getuige de acquisities van FileNet (ECM) en Cognos (BI). Maar ook Oracle doet goede zaken, met de overname van Stellant (ECM) en Hyperion (BI) en SAP met de overname van Business Objects (BI). Microsoft lanceerde MOSS2007 (SharePoint) en de *buzz* was niet van de lucht. Met SharePoint als oplossing voor de



Afbeelding 1: Best of both worlds.

grote gemene deler van de Enterprise Information Management behoefte ontstaat snel draagvlak voor het geïntegreerd ontsluiten van data en content richting informatiewerkers. Hoe groot deze gemene deler exact is, zal nog moeten blijken.

Integratiemogelijkheden

Genoemd silo-denken vertroebelt de discussie over het niveau waarop integraties tussen BI en ECM moeten ontstaan. Er worden grofweg vier integratiemogelijkheden onderscheiden (zie afbeelding 1):

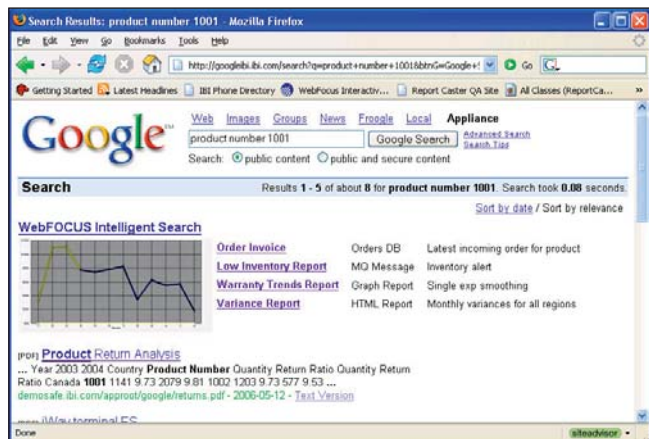
1. Koppeling bij bron, content en data worden aan de bronzijde gekoppeld door middel van metadata;
2. BI leidend, content wordt in het datawarehouse geladen en via de BI-portal ontsloten;
3. ECM leidend, BI-rapportages worden in het ECM-systeem gezet en via de ECM-portal ontsloten;
4. Integratie via Search, met behulp van een zoekmachine worden data en content samengebracht in een portal.

De eerste integratiemogelijkheid is complex en tijdrovend. Met de tweede en derde mogelijkheid wordt tekort gedaan aan de kracht van ECM, het procesmatig en gecontroleerd ontsluiten van informatie, respectievelijk BI, het bieden van flexibele data-analysemogelijkheden. De integratie via Search

lijkt een hele interessante. Om te zien hoe interessant, gaan we uitgebreid in op de voordelen die zoekoplossingen bieden.

Voordeel 1: Het ontsluiten van data én content.

Zoekmachines zijn uitstekend in staat om te zoeken naar data én content. Dit levert een herkenbaar en intuïtief totaalbeeld op. Neem als voorbeeld een zoekvraag naar product nummer 1001. In een Enterprise Information Management-scenario



Afbeelding 2: Google search.

vind je in één zoekvraag zowel de handleiding van het product (content) als een grafiek met de actuele omzetgegevens (data), zie afbeelding 2. En wanneer je op de grafiek klikt, kun je deze gegevens direct verder analyseren. Een tweede voorbeeld is een zoekvraag naar een bepaald thema in een kennisintensieve organisatie die naast alle relevante

Een zoekoplossing kan op een intuïtieve manier toegang tot documenten én tot real-time bedrijfsgegevens bieden

documenten ook de naam en contactgegevens oplevert van de expert op het onderwerp binnen het bedrijf. Een zoekoplossing kan dus op een gebruikersvriendelijke intuïtieve manier toegang tot documenten én toegang tot real-time bedrijfsgegevens bieden.

Voordeel 2: Betere en snellere informatievoorziening.

Verschillende onderzoeken tonen aan dat 85 procent van de digitaal aanwezige informatie in een bedrijf ongestructureerd opgeslagen is. Dezelfde onderzoeken tonen aan dat werknemers 25 procent van hun werktijd besteden aan het zoeken naar informatie. Daarvan kan 40 procent de gezochte

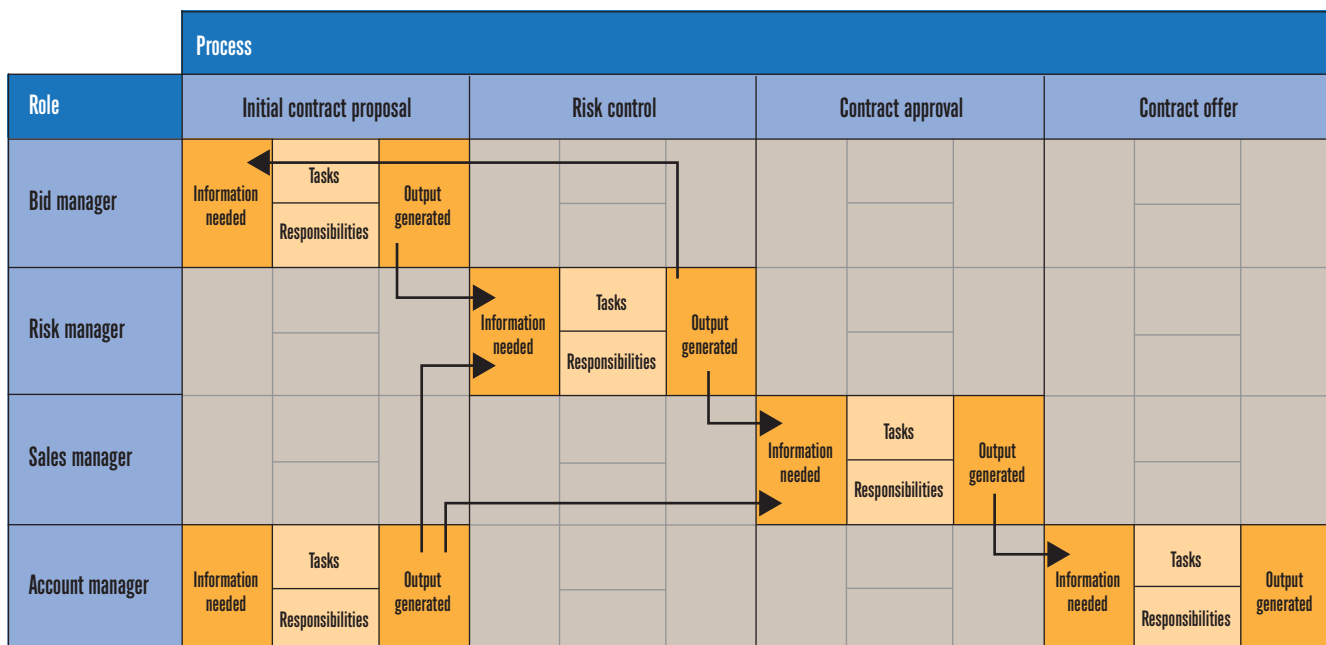
informatie niet vinden; een kostbare aangelegenheid in een wereld waarin informatie steeds vaker als de belangrijkste productiefactor wordt beschouwd.

Een bedrijfsbrede zoekoplossing zorgt ervoor dat werknemers de benodigde informatie in de organisatie snel kunnen vinden, ongeacht wie ze heeft gemaakt en waar ze zijn opgeslagen. Hiermee worden de kenniswerkers productiever in de uitvoering van hun dagelijkse werkzaamheden, kunnen beslissingen beter gefundeerd worden door onderliggende informatie en wordt voorkomen dat men het wiel gaat uitvinden.

Voordeel 3: Het invullen van latente informatiebehoefte.

De Amerikaanse minister van defensie Rumsfeld gebruikte in een speech ooit de term 'unknown unknowns', de onbekende ongekendheden, de dingen waarvan we niet weten dat we ze niet weten. In vaktermen spreken we dan over de latente informatiebehoefte, de behoefte waarvan je nog niet wist dat je die had. Wanneer die informatiebehoefte gestild kan worden, wordt echt iets vernieuwend gedaan en wordt er waarde toegevoegd.

Een zoekoplossing is alwetend en vormt het collectieve geheugen van de organisatie. Immers, alle bedrijfsinformatie is in de index opgenomen. Met behulp van reeds toegekende metadata en slimme algoritmen is de zoekoplossing in staat om content te classificeren en te clusteren. De zoekmachine gebruikt deze informatie in een dialoog met de gebruiker om de informatiebehoefte scherper te stellen. Iedere keer als de gebruiker zijn terrein beter beschrijft en afbakt, biedt de zoekmachine hem de beste resultaten die matchen met zijn



Afbeelding 3: Informatiebehoeftematrix.

scope. Op deze manier wordt er informatie gevonden waarvan de gebruiker geen idee had dat deze bestond.

Voordeel 4: In kaart brengen informatiebehoefte.

Naast de mogelijkheid van het categoriseren en clusteren, levert het 'gesprek' tussen de zoekmachine en de gebruiker ook veel waardevolle gegevens op over het zoekgedrag en daarmee de informatiebehoefte van de medewerkers. Met de rapportages kan de zoekmachine weer verder worden *getuned* en worden afgesteld om de gebruiker nog beter van dienst te kunnen zijn, maar het draagt ook bij aan het ontwikkelen van een bedrijfsbreed informatiebeleid.

Search

Een bedrijfsbrede zoekoplossing levert een grote bijdrage aan de implementatie van Enterprise Information Management door data en content op gebruikersvriendelijke wijze samen te brengen. Daarnaast voegt het enkele extra dingen toe, die de bedrijfsbrede informatievoorziening naar een hoger niveau tillen. Het is daarmee een zeer interessante eerste stap om tot goed Enterprise Information Management te komen. Maar een zoekoplossing is geen tovermiddel. Enterprise Information Management is niet slechts een technische uitdaging maar vooral ook een organisatorische uitdaging. Je moet goed weten wie je gebruikers zijn en wat hun informatiebehoefte is.

Enterprise Information Management aanpak

Enterprise Information Management kan de informatievoorziening op een hoger niveau brengen en Search kan hierbij helpen. Maar hoe pak je dit aan? In een simpel stappenplan wordt dit toegelicht.

1. Selecteer een Search-oplossing en implementeer deze oplossing in de organisatie. Op deze manier wordt er direct geprofiteerd van de geschetste voordelen van Search en wordt er een eerste serieuze stap richting Enterprise Information Management gezet. Achter de schermen levert dit nieuwe inzichten op in de bedrijfsbrede informatiebehoefte. Pak niet meteen door, maar geef de organisatie de tijd om hier ervaring mee op te doen en Search goed te leren gebruiken.
2. Analyseer de bedrijfsbrede informatiebehoefte. Breng de organisatorische doelstellingen in kaart en vertaal ze naar meetbare key performance indicatoren (KPI's). Bij voorkeur wordt hierbij gebruik gemaakt van workshops, zodat er snel resultaten worden geboekt en maximale consensus wordt gekregen. Uiteraard draagt ook het in stap 1 verworven inzicht in zoekgedrag bij aan deze analyse. Op deze manier wordt ervoor gezorgd dat de informatievoorziening maximaal in lijn is met en bijdraagt aan de bedrijfsdoelstellingen.
3. Analyseer de bedrijfsprocessen. Informatie vervult een belangrijke brugfunctie tussen verschillende processtappen. Vaak blijkt dat juist in deze brugfunctie allerlei

onvolkomenheden zitten, waardoor de keten hapert en doelstellingen niet realiseerbaar zijn. Er wordt daarom gezorgd dat de indicatoren optimaal geïntegreerd worden in de bedrijfsprocessen. Waar nodig zullen de bedrijfsprocessen worden aangescherpt.

4. Bepaal per processtap en actor welke informatie nodig is, welke informatie wordt opgeleverd, en welke rechten, functionaliteiten en verantwoordelijkheden ten aanzien van de bewerking van die informatie nodig zijn. Kijk hiervoor zowel naar content als naar data. Hiervoor kan gebruik worden gemaakt van de zogenaamde informatiebehoeftematrix, een hulpmiddel om dit gestructureerd in kaart te brengen (afbeelding 3). Ook biedt de matrix een controle op de genoemde brugfunctie. Gaat de juiste informatie mee naar de volgende stap, of begint de informatievergaring opnieuw?

Het is noodzakelijk dat de organisatie een goed beeld heeft van de optimale bedieningswijze van de eigen medewerkers. Persona modelling speelt hierbij een belangrijke rol. In de usability wereld wordt het zoekgedrag (zie stap 1) beschouwd als een belangrijke bron voor het bepalen van de gewenste interactie door gebruikers. Door kennis op te bouwen van de manier waarop de eigen medewerkers informatie opzoeken, gebruiken, verwerken, doorsturen en ter beschikking stellen, is het mogelijk een manier van informatie aanbieden te vinden, die aansluit bij de werkwijze van de eigen medewerkers.

Conclusie

Enterprise Information Management brengt data en content samen en tilt de informatievoorziening in een organisatie daarmee naar een volgend niveau. Door een zoekoplossing te gebruiken als integratiemiddel, voorkom je hokjesdenken vanuit de onderliggende BI- en ECM-vakgebieden en wordt het beste van beide werelden samengebracht. Groot bijkomend voordeel is dat een zoekoplossing een aantal andere significante voordelen voor de informatievoorziening met zich meebrengt. Begin daarom met de selectie en implementatie van een zoekoplossing en ga van hieruit verder bouwen aan een goede Enterprise Information Management oplossing. Op deze manier ontwikkelt de informatievoorziening van een organisatie zich van goed naar beter naar best.

Paul Baan, Mathijs Kreugel en Floris Weegink

Paul Baan (paul.baan@vlc.nl), Mathijs Kreugel (mathijs.kreugel@vlc.nl) en Floris Weegink (floris.weegink@vlc.nl) zijn respectievelijk directeur ECM, directeur BI en Enterprise Search consultant bij Enterprise Information Management specialist VLC Projects.