

# Business binnen handbereik

BUSINESS INTELLIGENCE KRIJGT EEN NIEUW GEZICHT. DE OPKOMST VAN MOBIELE MOGELIJKHEDEN, SOCIALE MEDIA, CLOUD COMPUTING EN DE STEEDS GROTERE HOEVEELHEID TE ONTSLUITEN DATA ZULLEN DE TRADITIONELE BI-BENADERING INGRIJPEND TRANSFORMEREN. AAN DE ACHTERKANT BLIJFT VEEL HETZELFDE, MAAR AAN DE VOORZIJDZAL DE EINDGEBRUIKER OVERAL EN ALTIJD DE GEWENSTE INFORMATIE BINNEN HANDBEREIK HEBBEN. ZOWEL UIT INTERNE ALS EXTERNE BRONNEN. DAT WAS DE BOODSCHAP TIJDENS DE MICROSTRATEGY WORLD 2011, DIE DEZE ZOMER IN MONTE CARLO WERD GEHOUDEN.

Door Hotze Zijlstra

“Onder invloed van de economische omstandigheden en de opkomst van big data, sociale media, cloud en mobiel is 2011 de start van een transformationeel tijdperk voor zowel industrieën als economieën”, stelde CEO en medeoprichter Michael Saylor van de BI-softwareleverancier tijdens de opening van het door een groot aantal MicroStrategy-partners en dito klanten bezochte evenement. “Het is voor het eerst dat niet alleen grote bedrijven maar zelfs landen worden uitgedaagd door startups uit Silicon Valley.”

Big data – het automatisch analyseren van zeer grote verzamelingen gegevens – wordt daarbij gedreven door de andere drie genoemde fenomenen.

“De snelle beschikbaarheid van grote hoeveelheden gegevens, onder meer vanuit de cloud, vragen nadrukkelijk om een gedegen aanpak. De inzet van grootschalige, high-performance computerkracht zal daarbij een van de uitdagingen zijn”, aldus de ietwat ingetogen indruk wakte hardop te denken.

Belangrijk is daarbij dat de gegevens uit uiteenlopende databases kunnen worden gecombineerd. En laat dat nu precies zijn wat MicroStrategy doet. “Ons product Visual Insight stelt iedereen binnen de organisatie in staat om data te verkennen en te begrijpen, zonder de assistentie vanuit IT”, zou marketingdirecteur Brian Brinkman even later vertellen. Die demonstreerde bovendien hoe een Excelbestand

in een webgebaseerde toepassing kan worden geladen, waarna de gegevens door middel van *drag and drop* binnen een sterk visuele omgeving kunnen worden geanalyseerd. “Op deze manier kun je op elke vraag een antwoord krijgen. Op de desktop, maar ook op de iPhone en iPad.” De ondersteuning van het Android-platform zit nog in de pijplijn.

## Vijfde golf

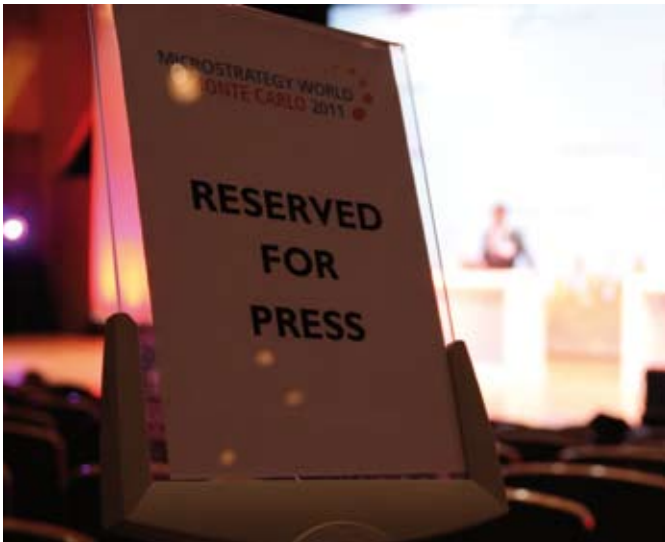
Met name die toegang tot gegevens op mobiele apparaten is belangrijk. Volgens CEO Michael Saylor bevinden we ons momenteel op de vijfde grote IT-golf. Na het mainframe, de minicomputers, de pc en desktopinternet leven we nu in het mobiele tijdperk. In de komende drie jaar zal mobiel door de



Plaats van actie:  
Monte Carlo.



Gezellige drukte bij de  
partners.



Microstrategy-CEO Michael Saylor  
tijdens zijn presentatie.



opkomst van krachtiger apparaten en nieuwe toepassingen nog belangrijker worden. “Mobiële software vervangt uiteindelijk alles wat mensen vandaag de dag schrijven, aanraken en bij zich hebben”, aldus Saylor, die daarbij voorbeelden noemde als geld, studiemateriaal en toegangsbewijzen, maar ook tastbare spullen zoals camera’s en memorecorders. “Het mooie is dat je deze zaken niet meer kunt verliezen, want alles kan in de cloud worden opgeslagen en eventueel via een ander apparaat weer tot leven gewekt. Het tweede voordeel is dat software, in tegenstelling tot hardware, niet is gebonden aan fysieke beperkingen. Alles is mogelijk.”

Volgens de steenrijke CEO, die naar verluidt met zijn snelle motorjacht vanuit de VS naar Monaco was komen varen, zijn er nieuwe tijden aangebroken. “Complete industrieën veranderen onder invloed van mobiele software. Zo gaan we van een traditionele retail via een online retail naar wat ik *hijacked retail* noem.” Daarbij kan de consument in een winkel via de smartphone een betere deal voorgeschoteld krijgen door een concurrerend bedrijf. Bijvoorbeeld omdat die concurrent op basis van een betere supply chain sneller en goedkoper kan leveren; of door een betere planning, omdat er meer inzicht bestaat in de ontwikkelingen op de markt.

### Waarschuwing

Al deze ontwikkelingen leggen een toenemende druk op IT-verantwoordelijken. Saylor waarschuwt dat ze hooguit 24 maanden de tijd hebben om hun bedrijf gereed te maken voor de nieuwe tijd. “Bedrijven die willen meedoen moeten mensen vrijmaken om mobiele frontend-apps te ontwikkelen voor de bestaande backendsystemen. Elk proces rondom de klant en de interne business komt daarvoor in aanmerking; zowel op het gebied van HR, algemeen management, verkoop als marketing.”

In de nieuwe wereld zou elke executive in principe alle benodigde informatie op elk gewenst moment binnen handbereik moeten hebben. Niet in de laatste plaats omdat de gegevens

tegenwoordig in dermate grote mate voorhanden zijn, dat ook de eindklant en concurrenten hun voordeel ermee kunnen doen. Het missen van alle in deze data besloten kennis is geen optie. Een goede en snelle ontsluiting en beschikbaarheid op mobiele apparatuur is derhalve geboden.

Saylor: “Via het Mobile Applications Platform kunnen we dit als MicroStrategy snel en eenvoudig mogelijk maken. De technologie is eenvoudig in het gebruik, veilig, schaalbaar en kan zonder technische kennis worden toegepast.” Het bedrijf richt zich hiermee dus tevens op businessseigenaren. Op basis van het platform zouden bedrijven zonder diepgaande ontwikkelkennis maar liefst honderden apps per jaar kunnen maken. Dit kan de druk op de CIO aanzienlijk verlichten.

### Sociaal fenomeen

Grote bedrijven en instellingen doen er om diverse redenen verstandig aan om het sociale fenomeen te omarmen: het is overal waar de mensen zijn, het is waar alle data zich bevindt en het is waar de consumenten zijn. “Facebook heeft al 750 miljoen gebruikers, die op hun beurt gemiddeld met 130 anderen zijn verbonden en lid zijn van tachtig communities en negen favoriete merken. De *social graph* is de grote aanjager: anders dan de relationele structuur van bedrijven, die gecontroleerd,

voorspelbaar en hiërarchisch is van aard, is de sociale wereld *organic, viral* en *networked*. Als MicroStrategy willen we de poort naar het sociale netwerk zijn.”

De BI-leverancier kondigde daartoe in Monte Carlo de zogenoemde ‘Gateway for Facebook’ aan, waarmee grootzakelijke applicaties gekoppeld kunnen worden aan het sociale web. Het betreft een cloudgebaseerde service die de datastructuur van Facebook converteert naar een relationele databasestructuur, waardoor deze gebruikt kan worden binnen de traditionele CRM- en ERP-systemen. De data kan hierbij twee richtingen op stromen, dus ook van de bedrijfssystemen terug naar het sociale netwerk. Daarnaast introduceerde het bedrijf de Alert-app voor de iPhone voor het snel kunnen lezen en scannen van favoriete Facebook-pagina’s.

### Profileren

Met deze aankondigingen wil MicroStrategy zich boven op de aloude BI-propositie profileren als een leider op het gebied van sociale applicaties. Ton ter Laak, verantwoordelijk voor de verkoop in Noord-Europa en Zuid-Afrika, benadrukte na afloop van de presentaties dat de strategie en de focus van het bedrijf goeddeels hetzelfde blijft. “Onze BI-technologie is zeer gedegen en goed in staat om grote hoeveelheden data te analyseren. De aandacht voor het koppelen van sociale media en mobiele toepassingen aan onze traditionele BI-business moet derhalve vooral gezien worden als een logische uitbreiding van ons producten- en dienstenaanbod. Het wordt allemaal veel complexer, maar wij kunnen die complexiteit wel aan. Naast Facebook gaan we ons bovendien richten op gateways naar andere openbare informatiebronnen.”

Hoewel Ter Laak voorzichtig is met het doen van voorspellingen, verwacht hij dat de omzet uit de op sociale media en de cloud gerichte technologieën op termijn zo’n 30 tot 40 procent van de omzet zal bedragen. “Dat is in elk geval onze ambitie.” Volgens de verkoopdirecteur is er van hogerhand zo’n 100 miljoen dollar vrijgemaakt voor

MOBIELE  
SOFTWARE  
VERVANGT  
ALLES WAT  
MENSEN  
SCHRIJVEN,  
AANRAKEN EN  
BIJ ZICH HEBBEN

## Is de CIO er klaar voor?

Traditionele CIO's zullen wellicht hun schouders ophalen als het gaat om de invloed van mobiele technologie en sociale media. Maar hun dochters met hun smartphones zullen ze uiteindelijk overtuigen. Dat denkt althans MicroStrategy-CEO Michael Saylor. Tijdens een informele ontmoeting met de pers ging hij uitgebreid in op de vraag of de hedendaagse CIO wel klaar is voor genoemde ontwikkelingen.

“Vorig jaar nog werd regelmatig gesteld dat het beschikbaar maken van bedrijfsinformatie op mobiele apparaten *premature* was, maar inmiddels is het binnen veel grote bedrijven het belangrijkste thema. Drie van de vijf retailers werken al met applicaties op de iPad”, aldus Saylor. “Maar waar de CIO vroeger top-down een oplossing uitrolde, ontwikkelt mobiele technologie zich bottom-up. De businessgebruikers en de marketingafdelingen nemen het voortouw en hebben, als de CIO even niet oplet, alles al zelf geïmplementeerd.” De CIO moet dus uitkijken dat de marketing het IT-stokje gedeeltelijk gaat overnemen. Volgens Saylor is dat al ten dele de praktijk: “Bedrijven als Facebook en Google zijn geen technologiebedrijven maar marketingfenomenen. De cloud is als het ware gemaakt voor marketing en daardoor gaat het allemaal zo snel. Ook al omdat iedereen, zowel consumenten als businessgebruikers, steeds meer verstand krijgen van toegepaste IT.” De discussie over nieuwe, al dan niet mobiele mogelijkheden, zal steeds meer crossfunctioneel zijn, verwacht hij. De CMO, CIO en CEO zullen samen overleggen, waarbij laatstgenoemde veelal een positie in het midden zal innemen. “Het gaat uiteindelijk om het evenwicht – yin en yang.”

### Redundant

Ook marketingbaas Ketan Karia van Ingres' VectorWise onderstreept het belang om goed in te spelen op de ontwikkelingen op het terrein van het kwartet mobiele technologie, cloud computing, sociale media en big data. “De omarming van deze mogelijkheden kan wellicht voorkomen dat de chief information officer minder redundant wordt”, stelt hij tijdens het ontbijt voorafgaand aan het evenement. “Laten we wel wezen: het is veelal maar de vraag of de CIO de stap kan maken vanuit zijn vertrouwde, door hem beheerde omgeving, naar de nieuwe tijd.”

IT speelt zich namelijk steeds meer af in de publieke ruimte. Karia: “Informatie wordt niet alleen opgeslagen in en betrokken uit de eigen systemen, maar ook in en uit cloud, sociale media, RFID-chips, websites en andere zaken. Voor de bedrijven die hier op een slimme manier mee omgaan, kunnen de opbrengsten enorm zijn. Maar dan moet je wel een CIO hebben die de kracht en het inzicht heeft om al die informatie tegen aanvaardbare kosten te analyseren.”

### Dataspeler

Volgens Karia heeft de hoogste informatiechef nog wel wat tijd, omdat we nog maar aan het begin staan van een ontwikkeling. “Vergelijk het maar met de muziekdienst Napster tegen het einde van de jaren negentig. Ook daarmee kon je muziek downloaden, maar het kwam qua gebruiksgemak niet in de buurt van het huidige iTunes. Veel bedrijven gaan momenteel nog met data om zoals Napster met muziek: een ingewikkelde koppeling van bronnen.”

De toekomst is veeleer een soort *data player* waarbij je als het ware data-afspeellijsten maakt die je kunt delen met collega's. De gegevens komen overal vandaan, maar als gebruiker merk je daar niets van. “Net als consumerization van IT, wat voor veel CIO's een uitdaging is, krijgen we nu ook een consumerization van data. Als dit onderwerp nu nog niet op boardniveau speelt, dan gebeurt dit wel in de nabije toekomst.”

ontwikkeling, marketing en sales. Een dergelijke investering is mogelijk door de gestage groeicijfers die MicroStrategy de laatste jaren heeft laten zien. De omzet van de BI-leverancier bedraagt inmiddels een kleine 500 miljoen dollar wereldwijd. In Nederland werken inmiddels 29 mensen bij het bedrijf.

### Cloudplatform

Toch nog heel even terug naar het optreden van de MicroStrategy-CEO, die tevens stilstond bij de opkomst van cloud computing – een ontwikkeling die naar zijn mening zowel het landschap van consumenten als bedrijven verandert. Individuen gebruiken Twitter, Flickr, Facebook en Wikipedia, terwijl bedrijven Force.com, IBM, Amazon en nu ook MicroStrategy ontdekken. “Onze cloud biedt klanten snelheid, hogere prestaties en lagere kosten”, aldus Saylor, die eraan toevoegde dat de MicroStrategy-cloud het resultaat is van het samenvoegen van de eigen BI-omgeving met de databasetechnologie van IBM Netezza en ParAccel, en daaronder de door Informatica geleverde data-integratielaag. De MicroStrategy-cloud zou interessant zijn voor organisaties die op strategisch niveau de beschikking willen hebben over flexibele, betrouwbare en snel inzetbare capaciteit en performance. Daarnaast biedt de cloudoplossing soelaas bij tactische inzet door decentrale organisatieonderdelen, die zonder kapitaalinvesteringen maar op basis van *pay as you go* binnen twee dagen een BI-omgeving operationeel willen hebben. Daarnaast kan de bestaande legacyomgeving relatief snel naar de cloud worden gebracht in het kader van een lagere *total cost of ownership* en het vrijmaken van IT-personeel voor andere taken. MicroStrategy belooft niet alleen een snellere uitrol, maar ook een tienmaal betere performance dan on-premise BI.

### Partners

Partners zijn derhalve belangrijk binnen de MicroStrategy-cloud, die voor een goed deel gebaseerd is op het idee van een ecosysteem. De leverancier spreekt in dat kader van de Cloud Al-

## DE INFORMATIE OP FACEBOOK IS EEN SNAPSHOT VAN HET WERELDWIJDE SENTIMENT

liance, waarbinnen de bronnen van zowel partners op het gebied van data-warehousing en data-integratie samenkomen. Een van die partners is databaseleverancier Ingres, dat in Monte Carlo zijn VectorWise-technologie aan de man probeerde te brengen: een engine die op basis van vectorgebaseerde verwerking en on-chip memory grote prestatieverbeteringen belooft bij interactieve rapportages, data-analyse en business intelligence. Ook wordt er samengewerkt met Teradata en Accenture – die in Monte Carlo optraden als evenementensponsor – en specialisten als Exasol, EMC, VisualCrossing en Celebrus. Ter Laak: “De standaard MicroStrategy-cloud biedt de klant het voordeel van een kant-en-klare oplossing, waarbij alleen connectiviteit naar het systeem nodig is en wij de rest doen. Het is in dat geval een *black box*: je weet niet wat erin zit, maar dat hoeft ook niet. Klanten kunnen tevens kiezen voor een maatwerkbenadering, waarbij er eventueel met andere partners gewerkt wordt.”

CIO-CONNECTIE OP NORTHGO COLLEGE

# IT in het onderwijs en onder- wijs in IT

VOOR LEERLINGEN VAN HET NORTHGO COLLEGE IN NOORDWIJK IS ICT GEEN VAK MAAR EEN MANIER VAN LEVEN. ZE STAAN ERMEE OP EN GAAN ERMEE NAAR BED. EN DAT MOET OOK, VINDT ROB DE HAAS, VOORZITTER VAN DE RAAD VAN TOEZICHT EN VOORMALIG CIO VAN ABN AMRO. "IN VEEL OPLEIDINGEN ONTBREEKT HET BESEF DAT IT OVERAL AANWEZIG IS."

Door Marjolein Niestadt  
Fotografie Paul Lichtenbeld en Corien van den Ende