Sociaal met informatie

Langzaam is de transformatie waarneembaar. IT krijgt steeds meer oog voor informatie. Echter, de oorzaak komt niet uit de wereld van IT. De verandering is ingezet door de consument. Er is een enorme informatiebehoefte en iedereen wil steeds meer informatie consumeren. Wij zijn als het ware de veelvraat van informatie geworden. Tegelijkertijd zijn wij ook zelf de bron van informatie. We twitteren erop los en laten overal onze digitale sporen achter. De consument als perpetuum mobile van de informatie.

Sociale media is het medium waarmee iedereen zich vrij kan uiten en informatie kan delen. Neem bijvoorbeeld productinformatie. Steeds vaker wordt online informatie geraadpleegd alvorens iets te kopen, en met plezier creëert en deelt de consument op haar beurt weer informatie over de gekochte producten. Online productinformatie is van onschatbare waarde geworden. Dit fenomeen gaat een enorme impact hebben op de informatiehuishouding van iedere onderneming. Toch blijft het opvallend hoe vaak ik nog word geconfronteerd met de dooddoener: 'Ik twitter niet, want ik heb geen zin de wereld te laten weten dat ik op het toilet zit.' Als je zo over sociale media denkt, heb je het vooral niet begrepen en dan krijg je het erg zwaar. Sociale media is de volgende stap in de evolutie van informatie. Daar ligt het geld van de toekomst.

Maar hoe zit dat nu, die volgende stap in de informatie-evolutie? Hiervoor moeten we terug in de tijd. Rond de jaren zestig is begonnen met de automatisering. Data werd dusdanig vastgelegd dat met name administratieve handelingen veel sneller konden worden uitgevoerd. Woorden als database en data-entry waren in die tijd erg belangrijk. Rond de jaren negentig is betekenis gegeven aan de data en ontstond informatie; het tijdperk van de informatisering. Er werden informatieplannen geschreven en een gedegen informatievoorziening was van essentieel belang. Vandaag de dag zitten we midden in de socialisering. Informatie wordt in een context geplaatst. Het is de mening van anderen, de plaats en wijze van gebruik die informatie waardevol maken. Door betekenis te geven aan data krijg je informatie, door informatie in een context te plaatsen ontstaat waarde.
Het is van essentieel belang te begrijpen dat informatisering de opmaat is tot socialisering. Want in de wereld van sociale media groeien gebruik en potentiële waarde van informatie exponentieel. Voor iedere onderneming wordt het van levensbelang de informatiehuishouding op orde te hebben. Pas vanuit een stabiele informatiehuishouding kunnen de consument en zijn behoefte worden gevoed. Geef waar nodig waardevolle informatie gratis weg. Wees 'sociaal' met informatie. In ruil daarvoor krijg je specifieke kenmerken c.q. de context van de gebruiker terug. Analyseer vervolgens de digitale sporen die worden achtergelaten. Want door goede betekenis te geven aan die achtergelaten sporen ontstaat opnieuw waardevolle informatie. Waardevol voor jezelf, maar ook is het mogelijk dat de consument bereid is ervoor te betalen. Dat is dan de basis voor een nieuw informatieproduct.

Door de socialisering is informatiemanagement en het analyseren van de digitale sporen al lang geen ondersteunend proces meer. Het is onderdeel van het primaire proces geworden en voegt waarde toe aan de onderneming. Het zien van IT als kostenpost, servicecenter of ondersteunende dienst is dan ook niet meer van deze tijd. IT is niet meer vóór de business; IT ís de business. IT is dé rendabele businessunit van de onderneming en staat op de primaire pijlers informatiemanagement, informatieanalyse en informatieproductontwikkeling. Deel je productinformatie en vermenigvuldig je informatieproducten. Dat is de informatiebusiness. Daar ligt de toekomst! ✖

Emiel van Bockel is Manager Information Services bij Centraal Boekhuis en expert op het gebied van business intelligence en datawarehousing. In deze column belicht hij de waarde van informatie. Meer over Emiel is te vinden op zijn blog: www.bifacts.com.

SOCIALE MEDIA IS DE VOLGENDE STAP IN DE INFORMATIE-EVOLUTIE