BITS&

NOG EENTJE OVER DIGITAAL...

Nog eentje doen over digitalisering? Voor wie het nog niet wist: grote ondernemingen ondervinden wereldwijd aanzienlijke problemen met het vormgeven van hun digitale strategie. Hoewel in het algemeen digitale innovatie de bestuursagenda van bedrijven beheerst, hebben ondernemingen moeite om hun strategie hierop aan te passen.

Vooral het tempo waarin de digitalisering zich voltrekt en de dringende noodzaak om te innoveren maakt het voor bedrijven lastig een digitale ondernemingsstrategie te realiseren en de noodzakelijke kennis en vaardigheden in huis te halen. Bedrijven beschouwen het aantrekken van specialisten die in staat zijn big data te analyseren op dit moment als het meest nijpende probleem.
Zo'n drie kwart van de ondervraagde CIO's geeft aan dat de onderneming nog geen digitale ondernemingsstrategie heeft. Twee derde van de onderzochte CIO's verwacht dat de digitalisering de huidige bedrijfsvoering ingrijpend zal veranderen. En een meerderheid denkt dat de gevolgen van de digitale ontwrichting binnen nu en twee jaar merkbaar zullen zijn. Dit alles blijkt uit de jaarlijkse CIO Survey van Harvey Nash en KPMG.

HET GEBRUIK VAN INFORMATIE

Door Guus Pijpers

Informatie vanuit de gebruiker
Gebruikers kijken op hun eigen manier naar informatie. Elke gebruiker heeft daarbij een eigen uniek begrip. Die zienswijzen kunnen we onderverdelen in negen categorieën.

Informatie wordt gedefinieerd vanuit ...	Informatie ...
de behoefte	is wat wordt gezocht
de vorm	is wat wordt gerepresenteerd in bijvoorbeeld tekst of plaatjes
de taal	is opgebouwd uit woorden, zinnen en paragrafen
de bron	is van degene waar je het van krijgt of betrekt
de inhoud	is iets dat wordt geacht beperkt of onbeperkt aanwezig te zijn
de actie	zet de ontvanger aan tot actie
de semiotiek (tekens en tekensystemen)	geeft de ontvanger betekenis
de betekenis	voegt iets toe aan hetgeen de ontvanger al weet
het gebruik	is bruikbaar, direct of in de toekomst

Bekend maakt bemind
De volgende factoren spelen een rol bij het selecteren en evalueren van informatie.
Anker – Wanneer je niet deskundig bent op een bepaald gebied, wordt de als eerste verkregen informatie als waarheid aangenomen.
Beschikbaarheid – We kennen meer gewicht toe aan informatie die al beschikbaar is. Vaak getypeerd als 'wat weet ik al' tegenover 'wat heb ik nodig'.
Botsing – Informatie die niet aansluit bij je overtuiging, wordt al gauw verworpen.
Herinnering – Mensen kunnen zich informatie beter herinneren als die aansluit bij onderwerpen waarmee ze bekend zijn.
Interesse – Mensen brengen informatie altijd in relatie tot hun persoonlijke en zakelijke interesse.
Recent – Mensen zijn geneigd aan de laatst verkregen informatie een groter belang te hechten.
Selectie – Iets waar mensen niet echt in zijn geïnteresseerd, wordt vaak niet waargenomen.
Voorkeur – We kijken eerder naar informatie die aansluit bij onze vertuiging dan informatie die daar tegenin gaat.

GUUS PIJPERS geeft adviezen over de inzet en het gebruik van informatie (ask@guuspijpers.com).

NULLEN & ENEN

waarmee luchtvaartmaatschappijen en luchthavens de totaalervaring van de passagier in de VIP-lounges kunnen verbeteren en tegelijk de onkosten kunnen verlagen en nieuwe bronnen van inkomsten kunnen aanboren. ✖ Stibo Systems, aanbieder van multidomeinmasterdatamanagementoplossingen, heeft voor de derde keer op rij een bijna perfecte score behaald in de Ventana Research Value Index voor productinformatiemanagement. ✖ Siemens en Atos hebben een zesjarige overeenkomst gesloten voor de realisering van een SAP Hana-cloudplatform voor dataservices dat Siemens in staat stelt op nieuwe marktontwikkelingen in te spelen. ✖ VMware introduceert VMware Identity Manager, de eerste 'identity as a service'-oplossing die geïntegreerd is met mobilitymanagement en security. ✖