

de.....Media
.....
.....
...federatie

A
ACADEMY

Van datalab naar data factory: datastrategie als vliegwiel voor waardecreatie

**1-daagse masterclass, exclusief voor de
uitgeefmediasector (max. 15 deelnemers)**

20 januari 2020

Inleiding

Veel bedrijven beschikken over data, maar benutten die nog onvoldoende om er waarde uit te halen. Vaak blijven initiatieven om meer datagedreven te worden steken en ontstijgen nooit de experimentele laboratoriumfase. Reden daarvoor is dat de datastrategie van die organisaties nog onvoldoende in lijn is gebracht met de bedrijfsstrategie. In deze workshop staat het ontwikkelen van een datastrategie centraal om u te helpen om een succesvol datagedreven bedrijf te worden.

Doel

Het doel van deze masterclass is:

- datagestuurde oplossingen en producten te identificeren op basis van de behoeften van de gebruikers of klanten en de beschikbare data van uw organisatie,
- om de vereiste functies, processen, gegevensbronnen, tools, kwalificaties van werknemers en partners te concretiseren,
- en om de kosten-baten, de technische, juridische en economische risico's te kunnen evalueren.

Resultaat

Het resultaat is een datastrategie die de huidige mate van datagedrevenheid van uw organisatie beschrijft, de gewenste status beschrijft en een stappenplan definieert voor het verhogen van datagedrevenheid van uw bedrijf, evenals een initiële aanpak en oplossingen om die toekomstige status te bereiken.

Aanmelden?
www.mediafederatie.nl/agenda

Doelgroep

Deze masterclass is vooral belangrijk voor directies en managers die betrokken zijn bij het ontwerpen en ontwikkelen van hun organisatie en datagedreven technologieën daarvoor willen benutten.

Groepsgrootte

De Mediafederatie Academy is erop gericht een maximaal resultaat voor de deelnemers te realiseren qua interactie en relevantie. De groepsgrootte is daarom maximaal 15.

Vorm

De masterclass is interactief. Naast theorie en praktijkvoorbeelden zullen de deelnemers ook aan de slag gaan met use cases en stappen zetten in het ontwikkelen van een voor hun organisatie passende datastrategie.

Materialen

Deelnemers ontvangen hand-outs, modellen en templates die ze ook in de eigen organisaties kunnen toepassen.

Datum en locatie

De masterclass vindt plaats op maandag 20 januari 2020 van 9.00-18.00 uur bij de Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam.

Programma 20 januari 2020

09.00-09.30 uur | Inleiding en context

- Overzicht datagedreven bedrijfsvoering, voorbeelden, succesverhalen

09.30-11.00 uur | Wat is een datastrategie?

- Datastrategie, aanpak en structuur
- Design thinking & business model canvas
- Uitleg value proposition canvas en hoe het gebruikt kan worden om verbeteringen/kansen van datagedreven toepassingen in uw organisatie te identificeren

11.00-11.15 uur | Pauze

11.15-12.15 uur | Aan de slag

- Uitwerken van een value proposition canvas voor uw eigen organisatie (business problem framing, interviewstijl, in 2-tallen)
- Presentatie aan elkaar (brown paper, met value proposition canvas)
- Lessons Learned Business Model Canvas/Value Proposition Canvas

12.15-12.30 uur | Vragen/Feedback

12.30-13.15 uur | Broodjeslunch

13.15-14.45 uur | Het datalandschap

- In kaart brengen datalandschap, identificeren witte vlekken, identificeren nieuwe databronnen (aanpak, voorbeelden)

14.45-15.15 uur | Zonder Analytics geen inzicht

- Data alleen is niet genoeg
- Soorten Analytics
 - Descriptive,
 - Predictive, en
 - Prescriptive analytics
- Analytics/datagedreven toepassingen identificeren en concretiseren met het analytics maturity model

15.15-15.30 uur | Pauze

15.30-16.30 uur | Hands-on datastrategie ontwikkeling

- Concretisering value proposition canvas, identificatie databronnen, benodigde analytics capabilities (in 2-tallen)
- Fit gap analyse (wisseling van 2-tallen, uitleg aan elkaar, outside in view)
- Identificeren mogelijke oplossingen en globaal plan van aanpak (individueel)

16.30-17.00 uur | Pitches

- Pitch uw datastrategie

17.00-17.30 uur | Vragen en dialoog

17.30-18.00 uur | Borrel

Aanmelden?
www.mediafederatie.nl/agenda

Vorbereiding

Om goed voorbereid aan de slag te gaan en het maximale uit de masterclass te halen wordt aan de deelnemers het volgende gevraagd:

- Verzamelen van mogelijke use cases voor een meer datagedreven aanpak binnen de eigen organisatie.
- In kaart brengen welke databronnen binnen hun organisatie onder andere benut worden.
- Inventariseren van lessons learned over de binnen hun organisatie uitgevoerde datagedreven projecten/datalabs.

Kosten

- Deelnemers die werkzaam zijn bij lidbedrijven van GEU, MMA en NDP Nieuwsmedia betalen € 299,-*
- GAU-leden: GAU biedt GAU-leden een subsidie van € 100,-; zij betalen € 199,-*
- Deelnemers die werkzaam zijn bij een MVW-lidbedrijf kunnen op kosten van MVW deelnemen*
- Niet-leden betalen € 598,-*
- Prijzen zijn exclusief btw en inclusief broodjeslunch en borrel. De betalings- en annuleringsvoorwaarden zijn van toepassing.*
- **Let op!** Kosteloos afmelden is alleen mogelijk tot 5 werkdagen vóór aanvang van de bijeenkomst. Bij afmeldingen die deze termijn overschrijden of in geval van no show, zijn wij genoodzaakt het **gehele bedrag van € 299,-** in rekening te brengen, **dit geldt óók voor alle GAU- en MVW-leden.***

*Betalings- en annuleringsvoorwaarden:

Na deelname ontvangt u van ons een factuur. Het is altijd mogelijk om een collega in uw plaats te laten deelnemen indien u ons hierover tijdig informeert. Bij afmelding op t/m 5 werkdagen voor de bijeenkomst wordt 100% in rekening gebracht. Voor MVW-leden vervalt bij afmelding binnen 5 werkdagen de korting van € 299,-. Dit bedrag wordt dan alsnog in rekening gebracht. Voor GAU-leden vervalt bij afmelding binnen 5 dagen de korting van € 100,-. Het volledige bedrag van € 299,- wordt dan in rekening gebracht.

Voor werkgevers zijn deze zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Voor particulieren zijn scholingskosten aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Daarbij geldt een drempelbedrag van € 250,-.

De trainer



John Poppelaars is medeoprichter van LITIC BV, een bedrijf dat zich richt op het ondersteunen van organisaties in het verbeteren van besluitvorming door middel van analytics consulting en software services. John is een gepassioneerd voorstander van het gebruik van data en analytics in het verbeteren van bedrijfsprocessen. Gedurende zijn carrière heeft hij tal van klanten in verscheidene markten ondersteund bij het adopteren van een meer data en analytics gedreven manier van bedrijfsvoering en actief bijgedragen aan de groei van de datavolwassenheid van deze organisaties. John ontving in 2012 de Franz Edelman Award voor zijn werk met TNT Express, waarin hij TNT Express begeleide om op elk niveau in de organisatie het databewustzijn te laten groeien en besluitvorming datagedreven te maken, wat leidde tot aanzienlijke kostenbesparingen.

John is gastdocent aan de RUG/AOG waar hij het vak "Big Data, Analytics en AI" in de leergang Leiderschap bij Digitale Transformaties verzorgt en is hij aangesloten bij de Jheronimus Academie voor Data Science waar hij colleges geeft over de praktische toepassing van analytics. Verder heeft hij een blog met de titel 'OR at Work', waar hij schrijft over de praktische toepassing van data en analytics in het bedrijfsleven.

Voordat John zijn eigen bedrijf oprichtte, was hij werkzaam bij BearingPoint en ORTEC. Tijdens zijn adviescarrière vervulde hij functies als adviseur, analytics expert, programmamanager, procesverbeteringsconsulent en projectmanager. John behaalde een masterdiploma Econometrie (1990) aan de Erasmus Universiteit Rotterdam in Nederland en is Certified Analytics Professional.

Voor de Mediafederatie Academy heeft hij in maart 2019 een door de deelnemers zeer goed gewaardeerde keynote gehouden over de jongste ontwikkelingen met betrekking tot data science.