

Hoe data en AI organisaties succesvoller maken

Van startups tot multinationals, in alle sectoren erkennen organisaties het nut van data om klanten beter te bedienen. Aan de basis van dat succes ligt een doorgedreven datacultuur met een sterke focus op data-skills.

Waar technologieën zoals Artificiële Intelligentie (AI) en analytics een tijd geleden vooral een ondersteunende rol hadden, zitten ze vandaag in het hart van de bedrijfsvoering. Voor veel ondernemingen zijn ze de sleutel tot succes. Wie data goed benut, krijgt toegang tot inzichten die strategische beslissingen stimuleren, groei versnellen, de operationele efficiëntie verbeteren, en op die manier een concurrentievoordeel creëren. Succesvolle organisaties maken eerst werk van een sterke datacultuur.

Datageletterdheid

Als de opmars van ChatGPT één ding bewezen heeft, dan is het wel dat iedereen met de AI-golf te maken krijgt. Het

betekent ook dat elke burger op het gebied van datageletterdheid over een basisoniveau moet beschikken. Voor bedrijven is het belangrijk dat medewerkers met elkaar kunnen communiceren en data gebruiken om problemen op te lossen.

Die datageletterdheid begint eigenlijk al op de schoolbanken. Net zoals we moeten leren lezen en schrijven, zijn ook digitale skills een voorwaarde om in de samenleving succesvol te zijn. Het onderwijs kan het fundament bieden om de positieve impact van AI te verbeteren. De technologie komt nog vaak negatief in de media, terwijl AI potentieel heeft om ons leven op tal van manieren te verbeteren. AI heeft bijvoorbeeld al bijgedragen tot een betere



Phaedra Kortekaas, Algemeen Directeur

gezondheidszorg, maar ook tot het aanpakken van klimaatuitdagingen.

Toch mogen bedrijven niet alleen op het onderwijs en de overheid rekenen. Ze dragen ook zelf een verantwoordelijkheid om hun medewerkers te trainen en ervoor te zorgen dat iedereen begrijpt hoe AI werkt en wat erachter zit. Dat is een cruciale basis voor een gezonde datacultuur.

Een voorbeeld van een organisatie die het belang van training inziet, is de Europese Commissie. Door collega's uit de business en IT samen te brengen tijdens trainingen, combineren ze diverse expertises en stimuleren ze meteen ook samenwerking op het gebied van data en AI. Het Analytics Leadership Program van SAS hielp de organisatie om alle neuzen in dezelfde richting te krijgen en het potentieel van data met een uniforme aanpak te benutten.

Bouwen aan een analytics-cultuur

Behalve de mensen in een organisatie verdient ook de data zelf de nodige aandacht. Zo zitten veel organisaties op een berg ongestructureerde data. Dat zijn gegevens die niet zijn voorbereid voor gebruik in analyses. Weggooien is zonde, want vaak bevat de data een pak interessante inzichten waarmee een organisatie trends kan ontdekken.

Een datagedreven organisatie gaat ook met deze data aan het werk en integreert analyses in de besluitvormingsprocessen. Want uiteindelijk zit de echte waarde van





data in het ondersteunen van beslissingen die de business vooruithelpen en de dienstverlening voor klanten en burgers naar een hoger niveau brengen.

Betere dienstverlening

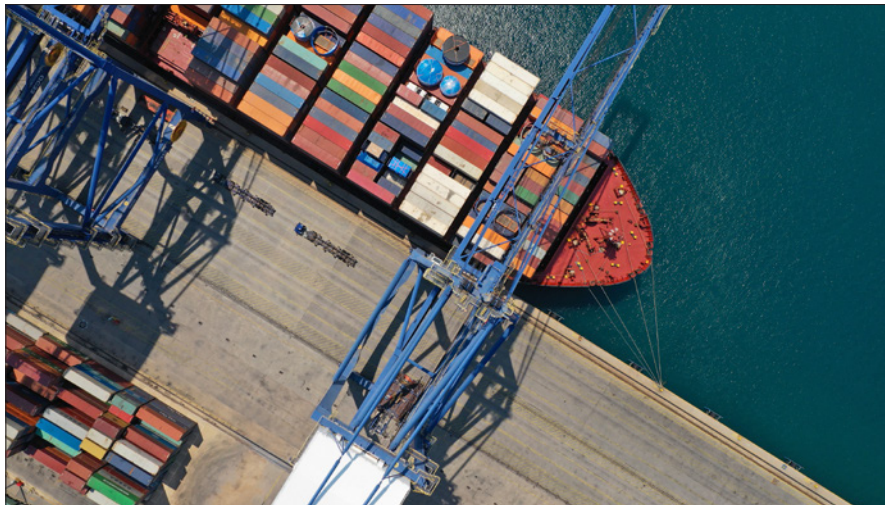
In elke sector zijn er intussen voldoende succesverhalen van bedrijven die erin slagen om klanten met behulp van AI een betere service aan te bieden. Zo gebruiken Volvo Trucks en Mack Trucks bijvoorbeeld SAS-technologie om sensordata van vrachtwagens te analyseren. Die informatie helpt klanten om onderhoud te plannen en sneller diagnoses te stellen,

zodat de downtime van vrachtwagens aanzienlijk vermindert. Dat is niet alleen voor de gebruikers interessant, ook de ingenieurs krijgen toegang tot inzichten waarmee ze het design van toekomstige vrachtwagens verbeteren.

Ook op zee kan AI een belangrijke rol spelen. Zo ontwikkelde Lloyd's List Intelligence in samenwerking met SAS een voorspellend model voor de scheepvaart. In tegenstelling tot bij het vliegverkeer is het moeilijk te voorspellen waar en wanneer een schip zal aanmeren. Predictive Fleet Analytics is een oplossing die

bedrijven helpt bij het nemen van beslissingen over de planning en routes. De informatie is gebaseerd op hoogkwalitatieve data en zorgt ervoor dat de organisaties veel tijd en kosten besparen.

Om de hoge verwachtingen rond AI om te zetten in een positieve impact, moeten bedrijven dus optimaal inzetten op een doordacht en verantwoord gebruik van data en analytics. Met een sterke datacultuur die ervoor zorgt dat zowel de organisatie als de klanten er de vruchten van plukken.



MEER INFORMATIE?

SAS Institute

Hertenbergstraat 6

3080 Tervuren

T: 02 766 08 96

emeaengagementcentre@sas.com

www.sas.com/belux

