

Brug data som valuta i forretningen

Af Senior Director Jakob Leander og Senior Director Ajay Bawa, Avanade

Jagten på data og indsigt om forbrugerne er ikke en ny ting. Det, der er nyt, er midlerne til at opnå den indsigt. Ifølge CBS-professor Jan Damsgaard står vi i dag på [tærsklen til en revolution](#), hvor "Internet of Things" (IoT) gennemsyrrer hverdagen og indsamler data om forbrugerne i realtid og på den måde bygger den sidste del af broen mellem forbrugerne og virksomhederne.

De kyndige organisationer nøjes dog ikke med at bruge dataene til at blive klogere på forbrugerne – i stedet bruger de data som en slags valuta til at levere mere meningsfulde resultater for deres kunder – og skaber dermed nye indtægtskilder for dem selv.

Som eksempel kan nævnes Teatreneu, som er en comedy club i Barcelona, der opererer med en *pay-per-laugh* model. Med ansigtsgenkaldelse-software måles antal grin, og publikummet afkræves så et beløb baseret på, hvor sjovt de har haft det. Kunderne tager til et comedy show for at grine, og ved at give folk hvad de er kommet for, kan Teatreneu øge både antallet af besøgende samt den gennemsnitlige billetpris.

Et andet eksempel er Oral-B's elektriske tandbørste med bluetooth-teknologi, der i realtid sender data om dine børstevaner til en app på din smartphone og fortæller dig, om du børster for hårdt eller i for kort tid. Tænk, hvis virksomheden bag tandbørsten kunne bruge de data til at forudsige potentielle tandsygdomme og -problemer og fortælle dig, hvornår tænderne har brug for et kig hos tandlægen. Det ville give producenten muligheden for at levere meningsfulde resultater for forbrugerne og potentielt set føre til en ny indtægtskilde. Og på den måde altså forvandle data til valuta.

I forhold til den virksomhed, du arbejder i, er det blandt andet værd at overveje følgende:

- Hvad forventer jeres kunder, når de handler med jer?
- Hvordan leverer jeres forretning ny værdi for jeres kunder?
- Hvordan skelner jeres kunder mellem jer og konkurrenterne?
- Hvordan bruger jeres organisation data til at imødekomme kundernes behov?
- Hvordan bruger jeres organisationen data til at træffe beslutninger og sikre sig en forretning, der kører effektivt?

Når I begynder at skabe grundlaget for jeres data-setup, er det vigtigt, at I tænker over, hvordan I kan indsamle og lagre data på en etisk og sikker måde. [Undersøgelser](#) har nemlig tidligere vist, at kun halvdelen af de danske virksomheder ved, hvordan de skal håndtere kundernes følsomme data. Det er vigtige overvejelser at gøre sig som del af kravspecifikationerne, for har man ikke styr på den del, kan det have negative konsekvenser for medarbejder- og brugertilfredsheden, og i yderste konsekvens få retslige følger.

Det skal dog ikke skræmme jer væk fra at tænke kreativt og ud af boksen, når det handler om, hvordan I får mest muligt ud af jeres data. Ved at strukturere og analysere jeres data kan I skabe en større indsigt i jeres kunders adfærd, og denne viden kan danne grundlag for helt nye forretningsmuligheder.

Hvis I ikke allerede i dag bruger data til at træffe beslutninger baseret på fakta, er det på høje tid, at I udvikler en strategi, der gør jeres forretning i stand til at vokse og imødekomme forbrugernes behov, og at I begynder at opfatte data som en ekstra indtægtskilde.