**Opdracht**

Stel: je bent aangenomen als stagiair bij Great Outdoors, een (fictieve) groothandel op het gebied van kampeer- en wandelartikelen. Je hebt globaal al wat informatie opgeschreven over dit bedrijf (zie kopje “Great Outdoors") en al gesproken met Herman, jouw toekomstige stagebegeleider.

Schrijf voor deze (fictieve) stage een mini-stageplan met de volgende onderdelen:

* Bedrijf & Probleemdomein: 200-250 woorden.
* Aanleiding & Probleemstelling: 200-250 woorden.
* Doelstelling: 200-250 woorden.
* Concrete werkzaamheden: 200-250 woorden.

Lees de bedrijfsomschrijving en het interviewverslag met Herman goed door om deze onderdelen volledig en correct in te kunnen vullen.

**Great Outdoors**

Great Outdoors is al sinds 1980 een groothandel op het gebied van kampeer- en wandelartikelen. Ooit begonnen als klein bedrijfje in Amsterdam is het bedrijf in de loop der jaren wereldwijd uitgegroeid tot een van de grootste aanbieders is haar branche. In Amsterdam staat nog altijd wel het hoofdkantoor, van waaruit door het management verschillende strategische besluiten worden genomen.

**Interview - Herman**

In het interview met Herman, afdelingshoofd data-analyse op het hoofdkantoor van Great Outdoors in Amsterdam, vertelt hij eerst over zijn enthousiasme voor dit bedrijf. Hij vertelt vol trots hoe hij 2 jaar geleden is aangenomen als Senior Data Analist en hoe het hem eindelijk is gelukt het management ervan te overtuigen om meer datagedreven te werken. Strategische besluiten dienen steeds minder op basis van intuïtie genomen te worden en steeds meer met behulp van keiharde feiten en cijfers. Hij is dan ook trots dat er inmiddels concrete plannen liggen voor de bouw van verschillende interactieve dashboards en datarapportages en dat medewerkers vanuit het hele bedrijf hebben aangegeven deze zeker te zullen gebruiken, zodra ze af zijn.

Daarna vertelt hij dat het voor Great Outdoors lastig is om haar succes te meten.

Afgelopen jaren zijn er allemaal maatschappelijke ontwikkelingen geweest (meerdere soorten klantbehoeften, veranderende aantallen inwoners per land, enzovoort), maar het is lastig te bepalen wat de invloed hiervan is op de huidige bedrijfsprestaties.

Volgens Herman ligt het niet aan de hoeveelheid geregistreerde data: deze worden namelijk op grote schaal verzameld en op betrouwbare wijze geadministreerd. Volgens Herman ontbreekt het overzicht: “de data is er, de inzichten nog niet”. Het is daarom steeds lastiger om te sturen op alle onderdelen van het bedrijf: inkoop, productie en verkoop. Daarnaast bestaan binnen het management van Great Outdoors allemaal ideeën over mogelijke bedrijfsuitbreidingen, maar het lukt nu niet om de positieve/negatieve impact van deze ideeën te kunnen voorspellen.

Op dit moment mist er inzicht in het verloop en de prestaties van de volgende bedrijfsactiviteiten

* Het afhandelen van orders. Hierbij rijst bijvoorbeeld de vraag “hoeveel omzet en winst is er gemaakt per product?”.
* Het afhandelen van teruggebrachte producten. Hierbij rijst bijvoorbeeld de vraag: “hoeveel producten worden op jaarbasis teruggebracht en wat zijn de redenen daarvoor?
* Het stellen van verkoopdoelen. Hierbij rijst bijvoorbeeld de vraag: “In hoeverre worden gestelde doelen ook daadwerkelijk behaald?”.
* Het aanbieden van trainingen. Hierbij rijst bijvoorbeeld de vraag “in hoeverre dragen cursussen bij aan verhoging van het aantal orders?”.
* Het houden van klanttevredenheidsenquêtes. Hierbij rijst bijvoorbeeld de vraag “in hoeverre hangen bestelde, of misschien wel teruggebrachte, aantallen samen met klanttevredenheidscijfers?”.
* Het voorspellen van toekomstige orderaantallen. Hierbij rijst bijvoorbeeld de vraag: “In hoeverre worden verkoopverwachtingen ook daadwerkelijk waargemaakt?”.
* Het meten van voorraadniveaus. Hierbij rijst bijvoorbeeld de vraag: “in hoeverre hangen deze samen met het aantal orders?”.

De bovengenoemde inzichten kunnen volgens Herman verschaft worden op twee manieren:

* Een dashboard waarin grafieken en kaarten de medewerkers en het management van Great Outdoors het juiste antwoord bieden per vraag. Hierbij moeten zij zelf verschillende overzichten kunnen opvragen. Met één druk op de knop moeten zij bijvoorbeeld van het overzicht “verkochte hoeveelheid per product” naar “verkochte hoeveelheid per werelddeel” kunnen gaan”. Ten slotte moeten zij per grafiek op verschillende detailniveaus naar de data kunnen kijken (“afzet per werelddeel” -> “afzet per land” -> “afzet per stad”, enzovoort).
* Het allerliefst heeft Herman dat gebruikers, naast het kunnen raadplegen van het dashboard met historische en hedendaagse data, ook toekomstige data kunnen laten voorspellen. Het zou volgens hem bijvoorbeeld prachtig zijn als er een systeem gebouwd wordt dat per mogelijk strategisch besluit (“verkoopafdeling in land X”, “product Y uit assortiment verwijderen”, enzovoort) meteen de bijbehorende invloed op winstcijfers voorspelt. Hierbij benadrukt Herman dat er achteraf wel getest moet worden in hoeverre deze voorspellingen correct waren, zodat het systeem daarvan kan leren en op iteratieve wijze steeds betere voorspellingen doet.