

*KLEIN BEGINNEN
IS GROOT WINNEN*

BIG DATA



THEMA: *KLEIN*

Tekst: Nart Wielaard Beeld: Shutterstock

Natuurlijk is het mogelijk om fascinerende vergezichten te schetsen over hoe het accountantslandschap - net als vrijwel elke sector - revolutionair verandert onder invloed van big data. Maar zullen we eerst eens beginnen met kleine stapjes? Want het woord 'big' in big data is vaak nogal misleidend.

Het digitale universum verdubbelt op dit moment ongeveer elke twee jaar in omvang en de bijbehorende statistieken zijn zo indrukwekkend dat het eigenlijk niet langer te bevatten is. Volgens onderzoekers van International Data Corporation (IDC) produceren we in 2020 met al onze smartphones en andere apparatuur 44 zettabytes aan data. Om dat een klein beetje terug te brengen tot een 'begrijpelijk' getal: dat is 44 triljoen (44.000.000.000.000.000.000) gigabytes.

THE NEW OIL

De verwachting is ook dat er op dat moment 25 miljard apparaten zijn verbonden met internet. Dit *internet of things* bestaat uit sensoren in apparaten variërend van thuisthermostaten en medische apparatuur tot auto's en waarschijnlijk ook kleding. Het gevolg: alles wordt meetbaar en dat levert geweldige mogelijkheden op. Niet voor niets wordt over big data wel gezegd dat het *the new oil* is. Als we die nieuwe olie weten te raffineren tot bruikbare toepassingen dan kunnen we revoluties ontketenen. Niet alleen kunnen we haarfijn voorspellen wat u wilt kopen of welke kandidaat het meest is geschikt voor een functie. Het gaat (mogelijk) veel verder. Auto's hebben straks geen chauffeur meer nodig, kanker is niet langer een dodelijke ziekte en zo zijn er ook nog wat andere onweersaanbare vergezichten te schetsen.

REVOLUTIES

Die revolutionaire vergezichten hebben echter ook een nadeel. Big data wordt ermee in de hoek gepositioneerd van de revolutionaire concepten en om revoluties te ontketenen moeten we vaak een flinke drempel over. Dat kan een reden zijn voor ondernemers en managers om er

met een grote boog om heen te lopen en dat is nu juist niet de bedoeling. In werkelijkheid biedt big data juist de mogelijkheid om (een serie van) kleine verbeteringen door te voeren.

Een voorbeeld uit een andere branche helpt misschien om dat duidelijk te maken. Moderne windturbines bevatten tal van sensoren, die onder meer *realtime* meten hoe het is gesteld met de windrichting, de windsnelheid, de temperatuur en de vibraties in de turbine. Big data maakt het met lerende algoritmes mogelijk om met alle data die daaruit voortkomt te voorspellen wanneer een onderdeel aan vervanging toe is. Ook helpt het om een stabiele energievoorziening te realiseren in een (toekomstig) duurzaam energielandschap, waar veel grotere pieken en dalen optreden als gevolg van lastig voorspelbare wind en zon.

Prachtig, maar het hoeft niet direct zo meeslepend. *Small data* biedt immers ook interessante mogelijkheden. Heel eenvoudig: de stand van de turbinebladen wordt *realtime* afgestemd op de windrichting en -snelheid.

VERGEZICHTEN IN ACCOUNTANCY

Feitelijk is iets dergelijks ook aan de hand in de accountancy. Er worden de nodige vergezichten geschetst over de impact van dataficatie op het vak. Logisch, want slimme algoritmen kunnen natuurlijk prima het handmatige controlewerk overnemen en waarschijnlijk ook nog controles met een veel hogere zekerheid uitvoeren. Niet alleen trendwatchers zeggen dat, het wordt ook steeds meer een *mainstream*-gedachte. Dat blijkt bijvoorbeeld uit een rapport van de Rabobank over de aanpak van de controle: "Controles steunen straks niet meer op deelwaarnemingen, maar op het geautomatiseerd vergelijken →

'DATA IS ZOALS SCHUURPAPIER, HET VERFIJNT EEN IDEE MAAR HET CREËERT HET NIET.'

van datastromen. Ook risicoanalyse gaat er anders uit- zien. Met data- en procesanalyse ontstaan heel andere in- zichten en kunnen heel andere risico's in beeld komen." Het is tamelijk waarschijnlijk dat dit gaat gebeuren. Net zoals ook de *blockchain* - het mechanisme dat bitcoin en andere cryptovaluta stut - de wereld van accountants zal opschudden, omdat dit mechanisme betrouwbare trans- acties (en informatie) simpelweg afdwingt *by design*. Ooit. Maar het zijn wel heel grote beelden, die niet uitnodigen om op een verloren vrijdagmiddag eens een projectje op te starten om de accountancy te verbeteren.

En dat is precies wat big data parten speelt in de accoun- tancy. Dan Zitting, chief product officer bij ACL, een Canadees bedrijf dat bij veel lezers bekend is vanwege de auditsoftware, schreef in een blog niet alleen over de kansen van data, maar ook over de weerbarstige praktijk. In dit geval specifiek over de internal audit: *"Eighty per cent of the failure I see in building data programs in internal audit is just because they never get started. Organizations tend to spend an inordinate amount of time worried about what tool to buy, how to get budget for 'training', tip-toeing around conflict on getting access to data with IT etc."* Zitting pleit verderop in die blog voor een meer *agile*-benadering, waarin stap voor stap succesjes worden geboekt.

KLEIN BEGINNEN

Sander Klous, bij KPMG verantwoordelijk voor big data- dienstverlening en tijdens de komende Accountantsdag een van de sprekers over de toekomst van het vak, laat een soortgelijk geluid horen. "Het gaat vooral om het *agile*-proces. Alle projecten die wij doen op het gebied van big data beginnen klein. Met een paar kleine datasets, om te kijken wat er mogelijk is. Om vervolgens zowel de grootte van de datasets als het aantal datasets uit te breiden als het nodig is. De systemen moeten dat proces onder- steunen, dus die zijn ontworpen om zowel flexibel te kunnen combineren, als om uiteindelijk te kunnen schalen naar hele grote aantallen datasets. Dat big data vaak hele- maal niet big is, is dus omdat er klein wordt begonnen en het vaak niet nodig is om op te schalen om al nuttige inzichten te leveren."

Ken Rudin, verantwoordelijk voor *analytics* bij Facebook, vergeleek data tijdens een lezing voor HP een keer met schuurpapier: "Data is zoals schuurpapier, het verfijnt een idee maar het creëert het niet." Volgens hem gaat het

er niet om "zoveel mogelijk data naar een probleem te smijten", maar vooral om betere vragen te stellen over het probleem.

FANTASIE

Dat zou ook voor de accountantsbranche een mooie aan- vliegroute zijn. Met wat fantasie zijn er tal van vragen te bedenken op een enorm breed terrein. Eén daarvan: hoe verdiep ik de relatie met mijn klant met hulp van data-analyse? Mogelijke antwoorden:

- Draai een analyse op de data in de salarisadministraties op bijvoorbeeld afdrachtsvermindering of werknemers- verzekeringen, zodat er misschien direct een adviesje uit kan dat geld bespaart of oplevert.
- Analyseer elk jaar even geautomatiseerd of er klanten onder een drempel van een kleine ondernemersregeling blijven, zodat ze misschien btw terug kunnen vorderen.
- Analyseer welke klanten over de afgelopen vijf jaar een omzetverdubbeling hebben gerealiseerd en stuur ze een taart.
- Monitor de hoogte van investeringen richting het einde van het jaar, zodat je de klant tijdig kunt helpen met het optimaliseren van de investeringsaftrek.
- Analyseer welke klanten opeens opvallend in het nieuws/ sociale media zijn en bedenk wat je daar mee kunt.

Het zijn maar voorbeelden. Elke kantoor zal tot andere antwoorden komen, afhankelijk van het karakter van de klanten en hoe vooruitstrevend het kantoor is met de inzet van IT.

NIET BANG ZIJN OM TE MISLUKKEN

Joris Joppe - oprichter en eigenaar van *Analys.io*, een bedrijf dat diensten en producten levert aan accountants om meer gerichte informatie over hun klanten te krijgen - herkent de voorbeelden en dat klein beginnen heel zinnig kan zijn. "Sommige kantoren doen dit soort zaken wel. Maar voor velen ligt er nog een kans. Een belangrijk punt van aandacht is de schaalbaarheid. Als je iets één keer ontwikkelt en honderden keren kunt toepassen, dan kan het wel eens de moeite waard zijn. Als dat niet het geval is, dan wegen de kosten waarschijnlijk niet op tegen de baten. De organisatiestructuur van het kantoor moet die schaalbaarheid dus ook mogelijk maken."

Tot slot: wees niet bang om te mislukken. Eric Ries legt in zijn boek *The Lean Startup* uit dat *fail fast* een prima strategie is. Zijn methode is dan ook erg populair onder startups. Maar in feite is daar niks nieuws aan. Succesvolle ondernemers doen dat al jaren zo. Ze ontwikkelen hun product of dienst in kleine stappen, toetsen het bij een groepje klanten en besluiten op basis daarvan of ze door- gaan of stoppen. big data verdient - naast een fundamente- le benadering over hoe het de accountancy revolutionair kan veranderen - ook die incrementele benadering. ←