

## Retail Services Kennisupdate | week 32

### LET DATA TALK

#### 5 valkuilen van werken met data in Category Management

*“Hoe meer je weet, hoe meer je weet dat je niets weet”*  
Socrates

Heb jij soms ook het gevoel dat hoe meer je jezelf in data verdiept, hoe meer vragen het oproept en je daardoor meer data probeert te analyseren? Je probeert nog meer data te vinden om al deze vragen te beantwoorden en conclusies te kunnen trekken. En bekruipt het gevoel dat je verdrinkt in de data? Meer data is niet altijd goed. Met beperkte data kan je namelijk ook prima werken. Ik behoed je graag voor de valkuilen van werken met data. Een top 5:

**1. Werken met data vanuit de gedachte: “Ik wil hier meer over weten!”**

Meer willen weten is natuurlijk goed, maar een scherp geformuleerd **doel** is essentieel. Wat wil ik dat de data mij brengt? Als je weet wat je wilt bereiken, weet je welke data je wilt vastleggen en hoe je aan de slag kan gaan met het gebruiken van deze data en analyses. Met de juiste focus boek je zichtbare resultaten.

**2. Naar het gewenste resultaat toe rekenen.**

Een gevaar is dat je een vooringenomen doel voor ogen hebt. Hiermee zoek je in de data het bewijs voor het doel. Het vertrekpunt moet altijd objectief zijn en niet subjectief. Daarmee sta je open om interessante en verrassende conclusies te kunnen trekken en inzichten te vinden die anders verborgen blijven.

**3. Alleen naar eigen data kijken.**

Om conclusies te kunnen trekken over je eigen prestatie is het handig om meerdere invalshoeken te hebben en om data vanuit verschillende perspectieven te bekijken. Je hebt meerdere bronnen nodig om inzichten te kunnen vertalen naar je bedrijf of plan. Met data kun je conclusies trekken. Hoe bepaal je anders of je het goed doet of niet? Benchmark is in dit geval essentieel om te kunnen bijsturen en door te kunnen ontwikkelen.

**4. Werken met te kleine “N”. (N – aantal respondenten).**

In category management wordt vaak onderzoek gedaan onder consumenten voor ontwikkeling van nieuwe productranges of verbetering van bestaande producten. Als je iets gaat onderzoeken heb je soms al het idee dat dit resultaat is (lees: tweede valkuil: naar het gewenste resultaat toe rekenen). Het is dan verleidelijk om genoeg te nemen met de resultaten die gebaseerd zijn op een te klein aantal respondenten. De ‘N’ is dan niet representatief.

Een extra onderzoek laten uitvoeren om deze ‘aanname’ te toetsen is een goede oplossing. Dit geeft zekerheid dat de eventuele investering of beslissing het gewenste resultaat gaat opleveren.

**5. Dezelfde data gebruiken bij verschillende stakeholders.**

Verschillende stakeholders hebben behoefte aan verschillende soorten analyses om beslissingen te nemen. Data en analyses die je bijvoorbeeld voor directie wilt gebruiken zijn meer hoog over. Deze analyses zijn bedoeld om strategische beslissingen te kunnen nemen. Welke kant ontwikkelt de categorie zich op en waar liggen de kansen? Een category manager gebruikt data en analyses meer voor een sturende functie. In dit geval kunnen drie cijfers achter de komma relevant zijn om de juiste beslissing te kunnen maken.

De 5 valkuilen van werken met data: allemaal voor de hand liggend maar toch trappen we er regelmatig in. Hopelijk gaat dit artikel je helpen om gericht met data te werken.

Heb je vragen over dit onderwerp? Of wil je even sparren om te kijken of je data op een effectievere manier kunt gebruiken om je vraagstukken te beantwoorden? Ik denk met je graag mee! Neem gerust contact met mij op [jolandaroskam@royalfloraholland.com](mailto:jolandaroskam@royalfloraholland.com) of via de telefoon +31 (0)6 53 36 88 61.

Jolanda Roskam  
Category Developer Retail Services  
Royal FloraHolland