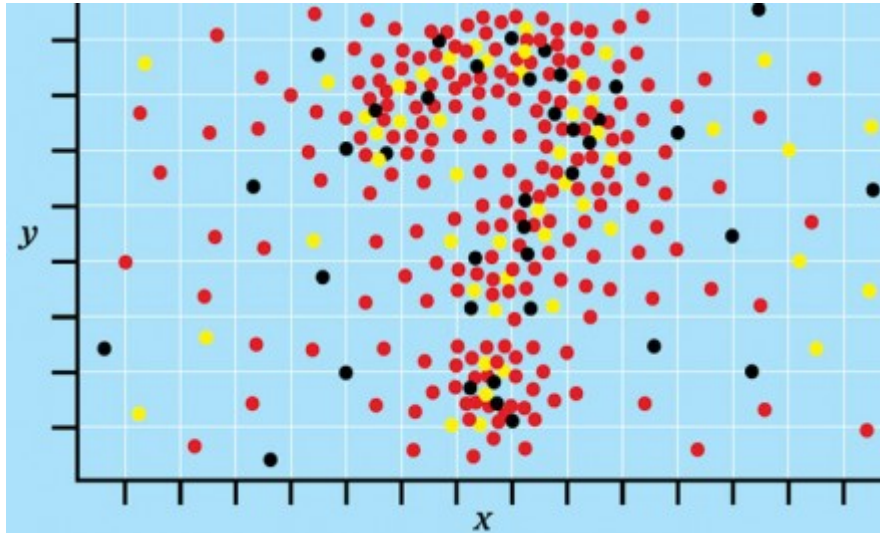


Management by Analytics

Auteur:



Ewoud Jansen Fontys International Business & Management Studies



Column in Performance Management • 15 juni, 2012

Motiveren. Inspireren. Faciliteren. De neuzen in dezelfde richting zien te krijgen. Maar ook diversiteit toejuichen. Managen is mensenwerk. Weet ik natuurlijk ook wel maar zijn we niet een beetje aan het doorschieten? Als ik moet afgaan op veel bijdragen op deze site dan lijkt het wel of de hoofdtaak van een leidinggevende is om zijn of haar ondergeschikten zo goed mogelijk in hun vel te laten zitten. Als ze zich maar lekker kunnen ontplooien, dat is het allerbelangrijkste lijkt het. Dus daar zitten we weer samen in de zweethut te zweven over welke aspecten van ons werk onze persoonlijke ontwikkeling in de weg staan. Of we gaan met zijn allen vragenlijsten invullen over welke denkstijlen van Ned Hermann er in ons team aanwezig zijn. Als we daar allemaal zo moe van zijn geworden dat de stress in de nek schiet dan krijgen we zonder mankeren een dagelijkse hoofdmassage op kosten van de baas om het nog een beetje vol te houden. Nu snap ik ook wel dat gemotiveerde en gelukkige werknemers productiever kunnen zijn maar is dat werknemersgeluk nu een middel of een doel op zich? Het laatste lijkt het. Dat organisaties entiteiten zijn die een functioneel doel nastreven is een idee dat niet meer zo gangbaar is. Bedrijven zijn de speeltuin van de zichzelf ontplooiende hedonistische werknemer die meent dat de wereld om hem draait. Uiteraard werkt ons 'leuke' onderwijs ook mee aan dat decadente zelfbeeld.

Door al dat psychologiseren op de werkvloer zou je bijna vergeten dat managen ook erg geholpen kan worden met het maken kwantitatieve analyses. Omzetten, bezettingsgraden, bezoekersfrequenties, aankoopmomenten of ziekteverzuim. Het zijn belangrijke grootheden die in cijfers te vangen zijn. Daar systematisch gegevens over vergaren, en patronen in ontdekken levert een schat aan informatie op die de besluitvorming kan ondersteunen. 'Management by Analytics' noem ik dat. Of het nu

gaat om het voorraadbeheer in supermarkten of het prijsbeleid van een hotel, de kwaliteit van genomen beslissingen gaat met sprongen vooruit op basis van cijfermatige analyses. Natuurlijk weten ze dat in de praktijk hier en daar ook nog wel. Succesvolle bedrijven besteden veel tijd en geld aan het opzetten van fijnmazige managementinformatiesystemen en trekken de knapste wiskundige koppen aan om analyses te maken. Een bedrijf als Apple wordt terecht vaak geroemd om de creativiteit maar denk maar niet dat er verder strategische of operationele beslissingen worden genomen die niet op cijfermatige analyses zijn gebaseerd.

Aan de meerderheid van de management goeroes lijkt dat allemaal voorbij te gaan. Die zitten permanent in de zweefmolen en nogal wat managers die het ook allemaal niet meer weten stappen vrolijk in voor een paar rondjes. Nu kan het best zo zijn dat die workshops over Lifo®, transactionele analyse of de persoonlijkheidstypologieën van Myers-Briggs waar werknemers op kosten van de aandeelhouder of belastingbetaler naar toe mogen echt iets bijdragen. Niet primair aan de zelfontplooiing van de werknemer natuurlijk, maar aan de bedrijfsresultaten. Ik laat me graag overtuigen van de heilzame werking van alles waar ik niet direct in geloof. Niet met vage kletsverhalen vol met dooddoeners over hoe inspirerend en dynamisch het allemaal wel niet was natuurlijk, maar met harde cijfers over toegenomen productiviteit van de deelnemers en zijn of haar ondergeschikten. En als er geen causaal verband tussen het één en het ander kan worden vastgesteld dan zijn lijkt me dat er we er maar mee op moeten houden.

Als je als manager je schaarse tijd en geld aan iets wilt uitgeven dan moet je kunnen aantonen af op zijn minst heel aannemelijk kunnen maken dat het wel iets oplevert. Geen 'Fact Free Management' meer dus maar 'Management by Analytics'. "In God We Trust, All Others Bring Data!"

Deze column werd ingezonden door **Ewoud Jansen**.