



knowledge*values*

Intelligente Productmodellen voor Effectievere Productinnovatie

KENNISGEBASEERDE AANPAK VOOR HET TRANSPARANT EN DOELGERICHT DEFINIËREN VAN PRODUCTEN

Ir. Gerald van Veldhuijsen, Ing. Theo Tan MSc

“Door het ontbreken van overkoepelende en transparante productbeschrijvingen verlopen nieuwe productintroducties en vereenvoudigingen van bestaande productaanbiedingen zeer moeizaam. Productinnovaties kosten hierdoor te veel tijd en geld.”

INHOUD

1	Introductie	3
	1.1 Aanleiding en achtergrond	3
	1.2 Behoeftte aan intelligent productmodel	3
	1.3 Doel van dit document	3
2	Modellen algemeen	4
	2.1 Wat is een model?	4
	2.2 Weergave in een model	4
	2.3 Beperkingen van algemene modellen	4
	2.4 Intelligente modellen	4
	2.4.1 Functionele definities in het intelligente model	5
	2.4.2 Voordelen van intelligente modellen	5
3	Ontwikkelen van intelligente modellen	6
	3.1 Fase 1: Ontwerp het nominale model	6
	3.2 Fase 2: Ontwikkelen van de kennisbank met doelen en doelgroepen	6
	3.3 Fase 3: Ontwikkelen van de visualisatie	7
4	Intelligente productmodellen	8
	4.1 De nominale definitie	8
	4.2 Doelgerichte definities	8
	4.3 Visualisatie van het intelligente productmodel	8
	4.3.1 Top navigatie	9
	4.3.2 Visualisatie objecttypes	9
	4.3.3 Visualisatie attributen	10
	4.3.4 Visualisatie relaties	10
	4.4 Toepassingen van het intelligente productmodel	10
	4.4.1 Productbeoordeling	10
	4.4.2 Productontwikkeling	11
	4.4.3 Productadvisering	11
	Over de auteurs	12
	Bijlage 1: Geavanceerde Kennis als driver voor Business Excellence	13
	Bijlage 2: Het nominale productmodel	14
	Bijlage 3: Top navigatie	15
	Bijlage 4: Het intelligente productmodel	16
	Bijlage 5: Gespecificeerde doelen en doelgroepen	17

1 INTRODUCTIE

1.1 Aanleiding en achtergrond

Bij veel organisaties verlopen nieuwe productintroducties en vereenvoudigingen van bestaande productaanbiedingen vaak zeer moeizaam. De oorzaak hiervan ligt in het ontbreken van overkoepelende, doelgerichte en transparante productbeschrijvingen.

Productinnovaties kosten te veel tijd en geld:

- door tijdrovende afstemmingsrondes over gebezigde definities,
- door gebrek aan flexibiliteit in huidige vastleggingstechnieken,
- door onnodig complexe constructies,
- door onvolledige specificaties.

Recente problemen bij organisaties om het bestaande assortiment te vereenvoudigen en uit te breiden vormen de aanleiding om deze problematiek grondig en principiëler aan te pakken. Hiervoor is een intelligent productmodel ontwikkeld, dat de hiervoor genoemde problemen oplost.

1.2 Behoeftte aan intelligent productmodel

Het beoogde intelligente productmodel zal als instrument dienen bij de afstemming tussen diverse disciplines die betrokken zijn bij de productontwikkeling en productintroducties in een organisatie. Het is daarom belangrijk dat het productmodel breed binnen de organisatie geïntroduceerd en gedragen wordt.

Om te voldoen aan deze randvoorwaarden zal het intelligente productmodel moeten voldoen aan de eisen die de verschillende doelgroepen stellen, elk met ook eigen invalshoeken. Daarom is gekozen het productmodel te ontwikkelen op basis van het Smart Content Design™ Framework (zie bijlage 1). Dit concept zorgt voor:

- doelgerichte classificatie van objecten van het productmodel,
- transparante weergave van het model, toegespitst op de doelgroep en het gebruiksdoel,
- flexibele en eenvoudig te onderhouden definities die tevens automatisch op consistentie, correctheid en compleetheid worden getoetst.

1.3 Doel van dit document

Het document beschrijft in de hoofdstukken 2 en 3 wat een intelligent productmodel is en welke leemte het opvult in vergelijking met bestaande methoden. Verder licht het toe welke stappen noodzakelijk zijn om tot een intelligent productmodel te komen. Hoofdstuk 4 beschrijft het intelligente productmodel.

Productinnovaties kosten te veel tijd en geld: het Intelligente Productmodel verandert dit.

2 MODELLEN ALGEMEEN

In de praktijk zijn modellen veelal ontwikkeld zonder acht te slaan op de verschillende gebruiksdoelen.

2.1 Wat is een model?

Een model is bedoeld als communicatie en analyse middel. Het is een weerspiegeling van een overeengekomen deel van de werkelijkheid, die volgens een afgesproken wijze wordt gepresenteerd. Een model is daarom per definitie een vereenvoudiging van de werkelijkheid. In de praktijk stuit dit op problemen als niet duidelijk en expliciet is afgesproken welk deel van de werkelijkheid is overeengekomen.

2.2 Weergave in een model

Ten aanzien van de presentatie zijn formele en minder formele weergaves te onderkennen. Een veel gebruikte standaard in de ICT zijn schema's volgens UML (Unified Modeling Language). De keuze van een weergavevorm is sterk afhankelijk van de gebruikersgroep die al dan niet bekend is met de gehanteerde termen en symbolen. Symbolen hebben vaak al een betekenis in het gebruik door bepaalde disciplines, bijvoorbeeld het symbool € voor *geldbedrag in het algemeen* of als *valutasoort*. Dit vertroebelt de communicatie alsnog. Zorgvuldige keuze van en overeenstemming over de weergavevorm is daarom van belang.

2.3 Beperkingen van algemene modellen

Modellen worden veel gebruikt in ontwikkelingsfasen om kennis en informatie te delen over meerdere disciplines. Ook met betrekking tot het vastleggen van kennis over producten wordt gebruik gemaakt van modellen.

Echter, in de praktijk zijn modellen ontwikkeld zonder acht te slaan op de verschillende gebruiksdoelen. Deze modellen zijn meestal vanuit een technisch perspectief ontwikkeld en missen derhalve de aansluiting met de business.

Het gevolg hiervan is dat partijen 'denken' overeenstemming te hebben bereikt over bepaalde definities en eisen, maar dat de achterliggende interpretatie vanuit eenieders eigen doel toch weer voor verschillende implementaties zorgen. Met fouten en frustraties tot gevolg.

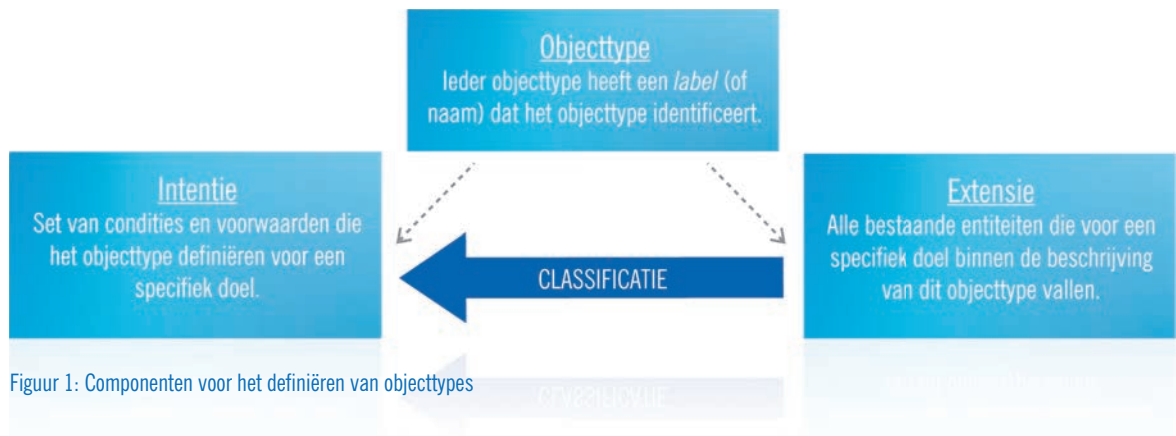
2.4 Intelligente modellen

Knowledge Values ontwikkelt met behulp van het Smart Content Design™ Framework doelgerichte, intelligente modellen. Deze zijn als kennistabellen gerepresenteerd om de communicatie met de business experts zo transparant mogelijk te doen verlopen door gebruik te maken van gewone, natuurlijke gebruikerstaal. Met behulp van MatchWebPlayer™ (zie bijlage 1) zijn de kennistabellen te consulteren en op elke gewenste wijze te visualiseren. Hierdoor is het mogelijk om doelgerichte, intelligente modellen te visualiseren, waarbij altijd de relatie met het basismodel behouden blijft en alleen de relevante onderdelen worden getoond.

Een essentieel onderdeel van het intelligente model is de wijze waarop objecttypes en relaties daartussen zijn gedefinieerd.

2.4.1 Functionele definities in het intelligente model

Het definiëren van de objecttypes en relaties bestaat uit twee componenten, de *intentie* van het objecttype en de *extensie* ervan; zie Figuur 1. Om tot een volledig object model te komen, dienen we voor elk objecttype de definitie vast te leggen voor alle verschillende doelen.



Dit betekent dat een objecttype niet één definitie heeft, maar een *verzameling* definities die het objecttype beschrijven in de verschillende contexten. Dit kan betekenen dat objecttypes die in de ene context een set kenmerken bevatten, andere kenmerken hebben in een andere context. Hierdoor vervalt de noodzaak om specifieke objecttypes te introduceren in het model, hetgeen het model eenvoudiger maakt.

Als vervolgens de intentie van de objecttypes volledig is gemodelleerd dan kunnen we bestaande entiteiten, bijvoorbeeld de gegevens uit een database, in elke verschillende context classificeren volgens de juiste definitie. Deze benadering voorkomt het definiëren van extra objecttypes en verhoogt de flexibiliteit in het gebruik.

2.4.2 Voordelen van intelligente modellen

Intelligente modellen zijn effectiever in gebruik voor de onderkende doelgroepen en leveren multi-dimensionale definities toegespitst op het gebruiksdoel. Doelgerichte, intelligente modellen leveren daardoor betere analytische mogelijkheden, omdat de integriteit van onderlinge relaties functioneel is vastgelegd en automatisch via Match™ (zie bijlage 1) wordt gecontroleerd. Door toepassing van Match™ en de Match WebPlayer™ (zie bijlage 1) is het zelfs mogelijk de gemodelleerde kennis interactief te gebruiken in real-time applicaties, zoals:

- Online configuratie assistenten,
- Online productcatalogus,
- Online adviseren.

Intelligente modellen zijn effectiever in gebruik voor de diverse doelgroepen en leveren multi-dimensionale definities toegespitst op het gebruiksdoel.

3 ONTWIKKELEN VAN INTELLIGENTE MODELLEN

Het ontwikkelen van intelligente modellen verloopt in drie fasen.

Het ontwikkelen van intelligente modellen verloopt in drie fasen:

- 1 Het ontwerpen van het *nominale model*; het nominale model omvat de basiskenmerken en definities die voor alle doelen gelden.
- 2 Ontwikkelen van *kennisbanken met doelen en doelgroepen*; de doelgroepen en doelstellingen zijn vervolgens van belang om doelgericht kennis te modelleren. Voor elk doel en elke doelgroep wordt specifieke kennis over het model geanalyseerd en vastgelegd in kennisbanken.
- 3 Ontwikkelen van de *visualisatie*; deze fase is essentieel voor de wijze waarop de doelgerichte, intelligente modellen aan de gebruiker worden getoond om de functie van communicatiemiddel te vervullen. Om een model te ontwerpen moet het domein waarvoor dit dient bekend zijn.

In de praktijk zijn ook zogenaamde referentie modellen beschikbaar die voor een bepaalde bedrijfstak als norm worden gehanteerd. Een voorbeeld hiervan is het “IFW for Financial Industries” (van IBM) dat door vele financiële instellingen wordt gebruikt.

3.1 Fase 1: Ontwerp het nominale model

In fase 1 analyseren en ontwerpen wij het vastgestelde domein met alle objecttypes en de relaties tussen deze objecttypes. Daarvoor is een gemeenschappelijk startpunt nodig om de scope van het domein te bepalen. Samen met experts van het bedrijf stellen wij vast:

- De begrenzing van het domein. Hiervoor hanteren wij een gemeenschappelijk doel dat later het nominale model definieert.
- Welke objecttypes een sleutelrol vervullen en welke een ondersteunende rol hebben binnen het vastgestelde domein.
- Welke verbanden tussen de objecttypes essentieel zijn.

Het ontwerpproces ondersteunen wij door vrije schema's en door gebruik te maken van Match™ Developer (zie bijlage 1). De vrije schema's zijn vooral bedoeld om de resultaten te visualiseren en de (tussen)resultaten binnen het team te evalueren.

3.2 Fase 2: Ontwikkelen van de kennisbank met doelen en doelgroepen

Met het nominale model en de verschillende doelen en invalshoeken als basis, werken wij in deze fase de kennisregels uit die de doelen en invalshoeken beschrijven.

Hierbij maken wij gebruik van het Smart Content Design™ Framework om de kennis te analyseren en in kennisbanken vast te leggen met Match™ Developer (zie bijlage 1).

Hiervoor zijn nodig:

- Domeinexperts en eindgebruikers om samen te bepalen welke doelen zij onderscheiden en hoe deze langs welke regels bereikt worden.
- Kennis engineers om de expertise te analyseren en doelgericht te modelleren tijdens de expertworkshop en bij het ontwikkelen van de kennisbanken.
- Geautoriseerde gebruikers en experts om de gemodelleerde kennis te valideren.

In expertworkshops stellen wij vast:

- welke doelen en invalshoeken relevant zijn voor het op te leveren model (scope),
- welke additionele objecttypes nodig zijn om deze invalshoeken te ondersteunen,
- welke verbanden tussen de objecttypes kunnen bestaan naar gelang de invalshoek en het doel.

In deze fase ontstaat de kennisbank, waarin alle condities en definities die gerelateerd zijn aan doelen zijn vastgelegd.

De relaties tussen de betreffende objecttypes kunnen bijzondere vormen hebben. In de meest eenvoudige uitvoering is dit een hiërarchische relatie, waarbij het ene object de kenmerken van het andere overneemt. Complexere, conditionele relaties zijn ook mogelijk. Bijvoorbeeld de productservice 'Instellen frequentie rekeningafschriften' die afhankelijk is van de aanwezigheid en invulling van het commerciële product 'Betaalrekening'.

Deze doelgerichte karakteristieken kunnen alleen worden afgeleid en gedefinieerd door productspecialisten en vormen in feite de configuratie regels van het product of pakket.

3.3 Fase 3: Ontwikkelen van de visualisatie

Het gebruik en het tonen van de kennis in kennisbanken gebeurt met Match WebPlayer™ (zie bijlage 1), die van een geselecteerd doel alle regels weergeeft. De regels worden in het model afgebeeld zoals dat is besproken. Een gebruikelijke wijze is het tonen van een combinatie van een grafische voorstelling met toelichtende tekst.

Voor de visualisatie en het gebruik in de praktijk wordt een applicatie opgeleverd, die bestaat uit:

- de mogelijkheid om een doel te selecteren voor het raadplegen van de kennisbank,
- de interface tussen het grafische model en de kennisbank,
- de visualisatie van het resultaat van de consultatie.

Domeinexperts en eindgebruikers bepalen en valideren gezamenlijk welke doelen hoe en volgens welke regels bereikt worden.

4 INTELLIGENTE PRODUCTMODELLEN

Intelligente definities worden bepaald door het doel waarvoor de definitie wordt gebruikt.

4.1 De nominale definitie

De nominale definitie beschrijft de kenmerken van objecttypes en hun onderlinge relaties, die voor alle doelen zullen gelden. Daardoor ontstaan definities van objecttypes die altijd ‘waar’ zijn, bijvoorbeeld dat een lening een leningbedrag heeft, en een vergoeding heeft.

In het productmodel zijn de nominale definities op te roepen door het doel ‘Nominaal’ te selecteren.

Figuur 3 in bijlage 2 toont de objecttypes en relaties tussen deze objecttypes van het nominale productmodel.

4.2 Intelligente definities

Intelligente definities zijn aanvullingen of verbijzonderingen van de nominale definitie en worden bepaald door het doel, waarvoor de definitie wordt gebruikt. De definities van het doel en de condities, voorwaarden, restricties en afhankelijkheden die relevant zijn, worden in kennisbanken vastgelegd.

Doelen kunnen bijvoorbeeld zijn:

- samenstellen van commercieel assortiment/pakket/product,
- verkopen van commercieel assortiment/pakket/product,
- verwerken van transacties (verkoop/gebruik) op assortiment/pakket/product.

Het productmodel dat toegespitst is op een bepaald doel bevat karakteristieken die voor dit doel relevant zijn, maar ook die van het nominale model. Zo zal het commercieel pakket altijd uit onderdelen van het commercieel assortiment bestaan en daarbinnen opgebouwd zijn uit commerciële producten. Voor het doel van ‘Verkopen’ echter, zijn de relaties naar en de objecttypes ‘Overeenkomsten’ ook nog relevant.

Naast het doel is er ook sprake van een invalshoek van waaruit naar definities wordt gekeken. Invalshoeken worden in dit geval bepaald door de doelgroepen die een rol spelen in het proces. Zo is bij het doel ‘Samenstellen’ naast de functionele invalshoek, die zich richt op wat het product **kan**, ook bijv. een juridische invalshoek relevant, die zich richt op wat het product **mag**. Afhankelijk van de gekozen doelgroep of invalshoek zal het model daarvoor relevante definities tonen.

4.3 Visualisatie van het intelligente productmodel

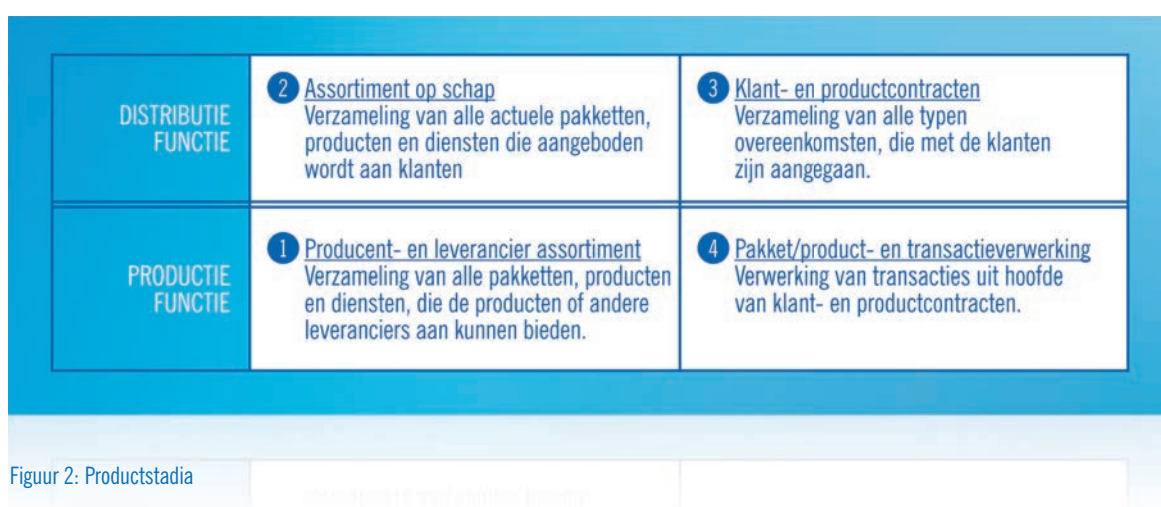
Het intelligente productmodel bestaat uit:

- de top navigatie, waarin vier domeinen zijn onderscheiden,
- de schematische weergave van objecttypes en hun relaties binnen een domein,
- de tekstuele toelichting van de objecttypes en onderliggende attributen (kenmerken).

De schematische weergave van het model heeft tot doel de communicatie over het model visueel te ondersteunen. Elk gespecificeerd doel bevat vervolgens relevante objecttypes en verbanden daartussen, met een specifieke beschrijving voor het geselecteerde doel. Deze beschrijvingen zijn in kennisbanken vastgelegd. De vastlegging in kennisbanken met Match™ (zie bijlage 1) zorgt ervoor, dat de systematiek consistent wordt toegepast en maakt dat de definities eenvoudig, dynamisch en per doel kunnen worden afgeleid.

4.3.1 Top navigatie

De top navigatie (zie Figuur 4 in bijlage 3) visualiseert de vier domeinen, die relevant worden geacht voor de definitie en gebruik van een product. Deze zijn als volgt in de volgende vier kwadranten gedefinieerd:



Deze vier kwadranten worden beschouwd als een stadium, waarin een product zich bevindt. De overgangen van een stadium naar een volgend stadium zijn processen, die als volgt beschreven zijn:

- Proces 1 => 2: Pakket/Product Samenstellen
- Proces 2 => 3: Pakket/Product Verkopen
- Proces 3 => 4: Pakket/Product Gebruiken

Elk van de hierboven onderkende processen is vanuit een bepaald perspectief, afhankelijk van de doelgroep, te benaderen. Zo zal de 'jurist' zich bij het samenstellen richten op de fiscaal/juridische aspecten, terwijl de 'marketeer' andere markt/klant aspecten zal benadrukken. Door het productmodel vanuit elk van de onderscheiden doelgroepen te benaderen ontstaat een totaalbeeld dat voor elke doelgroep en elk gebruiksdoel relevant is.

4.3.2 Visualisatie objecttypes

In het intelligente productmodel zijn alle objecttypes beschreven alsmede de essentiële relaties daartussen. Zodra een van de overige doelen wordt gekozen, zullen de relevante objecttypes op de voorgrond zichtbaar zijn en de overige op de achtergrond blijven. Aan de linkerkant is de definitie van de relevante objecttypes weergegeven bestaande uit de omschrijving toegespitst op het gekozen doel, de relevante attributen en een voorbeeld.

De jurist zal zich richten op de fiscaal/juridische aspecten van het product terwijl de marketeer de markt/klant aspecten zal benadrukken.

Met het Intelligente Productmodel zal een productmanager zijn productontwikkelingstraject veel sneller en kwalitatief beter kunnen voltooien.

4.3.3 Visualisatie attributen

Een attribuut van een objecttype kan een van de volgende drie vormen hebben:

- 1 *Enkelvoudig kenmerk* van het objecttype, in dit geval is het een uniek kenmerk dat alleen een waarde heeft voor het betreffende objecttype. Deze attributen hebben een toelichting die wordt getoond zodra de cursor de attribuutnaam bereikt.
- 2 *Resultaatwaarde*, waarmee het een uitkomst is van een proces dat **buiten** de scope van het nominale model valt. De bijbehorende objecttypes zijn dan niet bekend bij het nominale model. In dit geval is een additionele toelichting als pop-up scherm zichtbaar zodra op het symbool  wordt geklikt (zie Figuur 5 in bijlage 4).
- 3 *Verwijzing* (external key), waarmee een relatie wordt gelegd tussen objecttypes, die onderdeel zijn van het nominale model. Deze worden als relaties getoond (zie 4.3.4 Visualisatie relaties).

4.3.4 Visualisatie relaties

Relaties tussen objecttypes worden gevisualiseerd door middel van verbindingslijnen tussen deze objecttypes, met een verklarende tekst bij de lijn die varieert naar gelang het gekozen doel. De relaties zijn in de kennistabellen gedefinieerd als een actie in de kennistabel van een objecttype naar een actie-subtabel, die het gerelateerde objecttype definieert.

4.4 Toepassingen van het intelligente productmodel

Intelligente productmodellen bieden de volgende voordelen ten opzichte van statische modellen:

- Verbeterde communicatie tussen de verschillende gebruiksgroepen,
- Middel voor impact analyse (cause – event tracking),
- Basis voor online productconfiguratie en advisering,
- Flexibiliteit en vereenvoudiging van onderhoud van definities.

Deze voordelen vergroten de toepassing ervan voor bijvoorbeeld de beoordeling en ontwikkeling van nieuwe assortimenten, pakketten en producten en bij het adviseren over bestaande assortimenten, pakketten en producten. Het geeft een productmanager inzicht in de definities van zijn assortimenten, pakketten en producten en in hun onderlinge samenhang.

4.4.1 Productbeoordeling

De structuur en definitie van de functionele relaties tussen de onderdelen in de vorm van objecttypes, maakt het intelligente productmodel geschikt voor:

- het onderkennen van bottlenecks bij nieuwe productcombinaties,
- het optimaliseren en vereenvoudigen van product constructies; door het model kunnen redundante of te specifieke relaties worden opgespoord,
- het uitvoeren van impact analyses door de invloed van veranderingen in kenmerken te voorspellen,
- het simuleren van optimale product configuraties. Met de ‘case generation’ optie van Match™ (zie bijlage 1) kunnen alle mogelijke combinaties worden gegenereerd en de meest optimale worden geïdentificeerd.

De organisatie beschikt nu over een consistent en “compliant” productadviesinstrument.

4.4.2 Productontwikkeling

Met behulp van het intelligente productmodel zal een productmanager zijn productontwikkelingstraject veel sneller en kwalitatief beter kunnen voltooien. Bij het ontwikkelen van een nieuw product moet de productmanager rekening houden met de functionaliteit van dat product en de set randvoorwaarden die vanuit andere disciplines worden opgelegd. Door deze kaders als regels in kennisbanken op te nemen heeft de productmanager direct en actueel inzicht in de mogelijkheden en de wijze waarop de randvoorwaarden van invloed zijn op de producten. Afstemmingsrondes verlopen daardoor efficiënter en effectiever aangezien de kennisbanken de volledigheid en integriteit waarborgen. Dit betekent een aanzienlijke kostenbesparing en een kortere time-to-market.

Het intelligente productmodel, waarin de specifieke kenmerken en relaties zijn uitgelicht stelt de gebruiker van het model bovendien in staat de functionele eisen en wensen met betrekking tot een nieuw assortiment specifieker, eenduidiger en vollediger te formuleren en hier effectiever met andere disciplines over te communiceren en af te stemmen.

4.4.3 Productadvisering

De gebruiker zal bij het advies aan de klant gebruik maken van het intelligente productmodel, waarin de specifieke kenmerken en relaties zijn uitgelicht en met elkaar in verband zijn gebracht. Daarbij zal het model direct beoordelen of de voorgestelde samenstellingen voldoen aan alle condities en voorwaarden die voor bestaande assortimenten, pakketten en producten gelden.

De organisatie beschikt hiermee over een consistent en “compliant” productadviesinstrument, dat snel en flexibel onder alle gebruikers gedistribueerd kan worden.

OVER DE AUTEURS



Ir. Gerald van Veldhuijsen

Gerald van Veldhuijsen heeft technische informatica gestudeerd aan de Universiteit Twente in Enschede. Sinds 2007 is hij werkzaam als Business Consultant bij Knowledge Values. In deze rol is hij actief betrokken geweest bij verschillende trajecten voor procesverbetering bij onder meer ABN AMRO, ING en KPN. De expertise van Gerald ligt in het vertalen van de wensen vanuit de business naar technische oplossingen en het adviseren hierin. Zijn grootste doel is om organisaties te helpen bij het zoeken naar het optimum in de balans tussen efficiëntie en flexibiliteit op het gebied van kennisgebaseerde oplossingen.



Ing. Theo Tan MSc

Theo Tan behaalde zijn Master of Science in Knowledge Management & Information Technology aan de Middlesex University via CIBIT Utrecht en daarvoor zijn bachelor Bedrijfskunde voor Automatiseerders (Bekaut) aan het IBO Zeist. Voordat hij in dienst trad bij Knowledge Values in 2006 heeft hij bijna 30 jaar bij de ABN AMRO Bank gewerkt op het gebied van Informatie- en Kennismanagement als onderzoeker, business architect en project manager. Bij Knowledge Values heeft hij voornamelijk geavanceerd kennisgebaseerd werken (Advanced Knowledge Services™) ingevoerd bij Top 500 bedrijven. Als hoofd van het Knowledge Values consultancy team is hij verantwoordelijk voor het ontdekken van nieuwe mogelijkheden voor de toepassing van Advanced Knowledge Services™.

BIJLAGE 1: GEAVANCEERDE KENNIS

ALS DRIVER VOOR BUSINESS EXCELLENCE

Kennis als krachtig middel om organisatie doelen te bereiken

De sterk toenemende complexiteit van marktprocessen maakt kennis tot een steeds belangrijkere kern competentie van bedrijven om hun business performance te maximaliseren. De huidige benadering en weergave van kennis blijken echter zeer improductief: we stoppen proces-, klant- en productkennis in systemen die alleen maar het gemiddelde laten zien. Of nog erger: we verstoppert deze kennis in stapels papier, dikke handboeken en statische stroomdiagrammen. Maar ook in hoofden van experts zit veel kennis verborgen ...

Advanced Knowledge Services™ is een revolutionaire totaalaanpak om die waardevolle kennis in de organisatie te ontsluiten, op te slaan, te vermenigvuldigen en doelgericht in te zetten om de efficiency van de bedrijfsvoering te verbeteren. De totaalaanpak maakt het effectief en real-time managen van de kennis life cycle mogelijk en bestaat uit twee onderdelen: het Smart Content Design™ Framework en het flexibele kennisautomatiseringssysteem Match Technology™ Suite (bestaande uit Match™ Developer en Match™ Player).

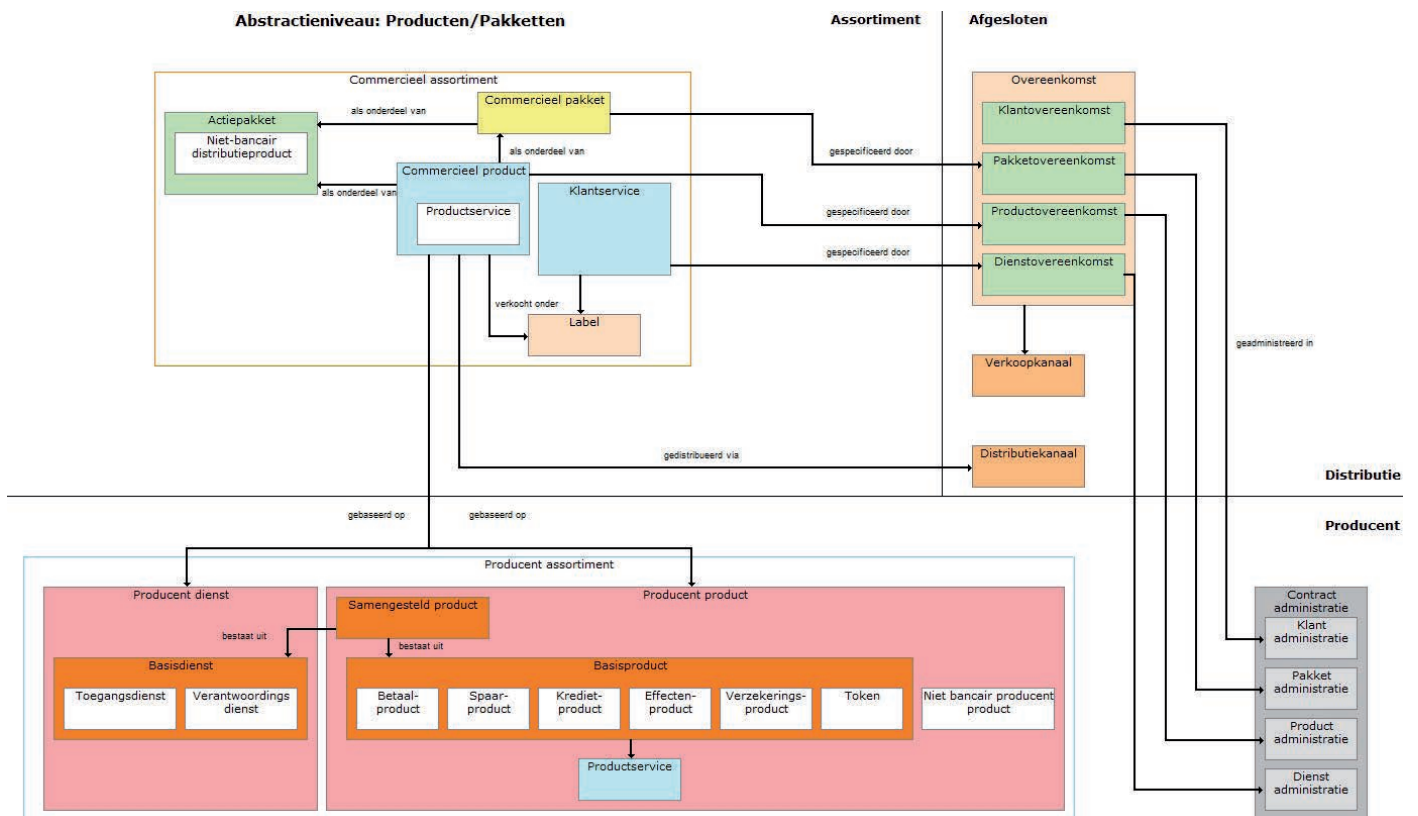
Met het wetenschappelijk onderbouwde Smart Content Design™ Framework wordt kennis gestroomlijnd aan de hand van het toepassingsdoel waardoor het een krachtig middel wordt om organisatiedoelen te realiseren. Omdat de kennis vanuit de context van het gebruik ontwikkeld wordt en ook snel aanpasbaar en direct bruikbaar is, wordt het mogelijk om razendsnel de juiste kennis op het juiste moment voor de juiste gebruiker en de juiste situatie bij de hand te hebben. Zowel voor interne medewerkers (bijvoorbeeld een callcenter agent via de desktop of een hypotheekadviseur via de PDA) als ook voor de consument (bijvoorbeeld via web self servicing).

Het vastleggen van de kennis gebeurt visueel in Match™ Developer, door middel van kennistabellen die onderling verbonden zijn. De kennistabellen zijn intelligent: ze controleren automatisch op juistheid, compleetheid en consistentie. In de kennistabellen kunnen processen en kennis makkelijk geoptimaliseerd worden met de wiskundig onderbouwde "Optimize" functionaliteit. Gebruikers blijken kennis uit deze tabellen beter te begrijpen dan wanneer die in een tekstdocument of een stroomschema zit. Bijkomend voordeel is dat de computer ook uitstekend overweg kan met de kennistabellen en de verbanden daartussen. Daardoor is deze kennis makkelijk reproduceerbaar via een applicatie. Met Match™ Player kan de kennis makkelijk "afgespeeld" worden en via Match™ Web Player kan deze makkelijk via het web ontsloten worden.

Met de Match™ technologie zijn business processen doelgerichter en transparanter te maken. De transparante kennisopslag maakt het doorvoeren van wijzigingen of de opsporing van fouten in processen en applicaties eenvoudiger. Applicatieontwikkeling verloopt vele malen efficiënter door het minimaliseren van programmeerwerk en IT architecturen worden flexibeler.

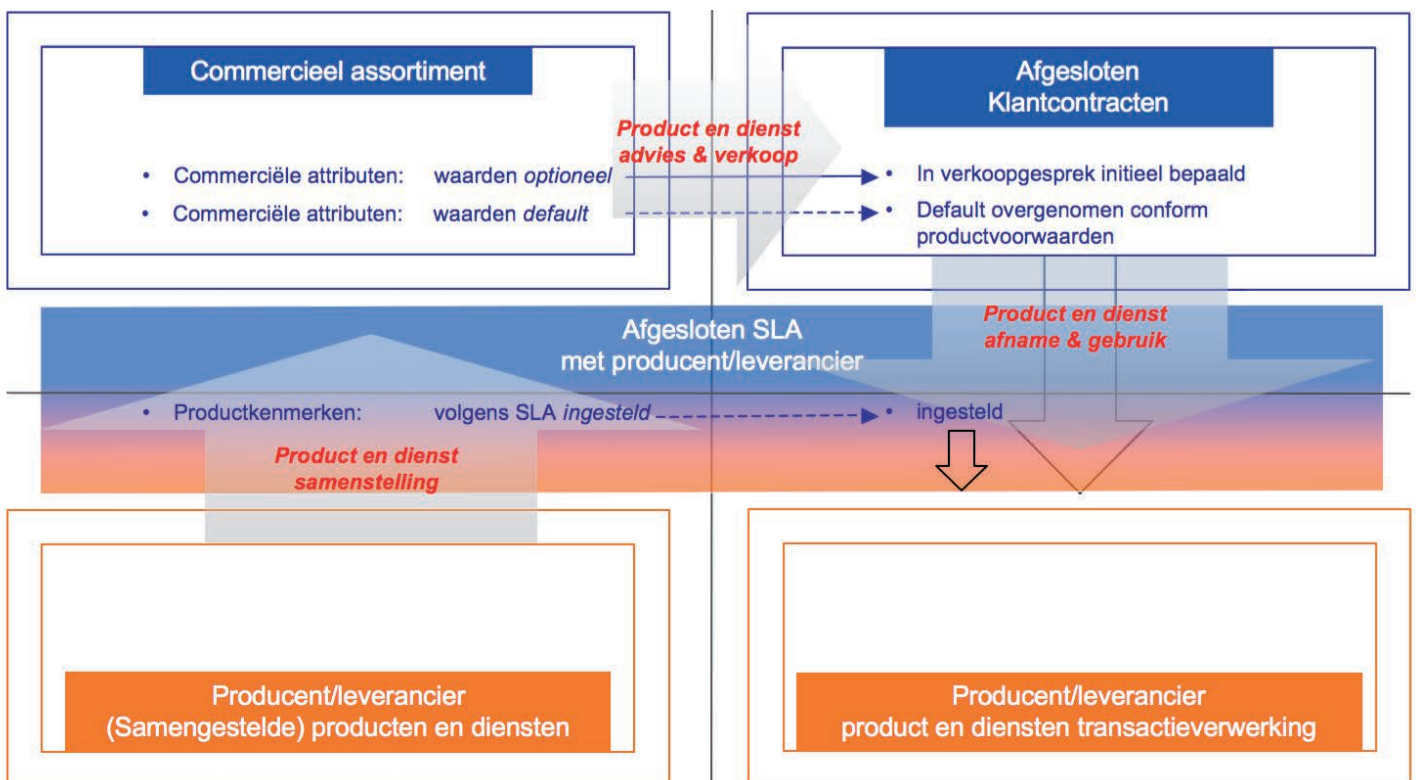
Advanced Knowledge Services™ maakt geavanceerde, kennisgebaseerde business improvement mogelijk met als resultaten een drastische verlaging van operationele kosten, veel betere toegankelijkheid van kennis, aanzienlijke verbetering van de kwaliteit van de geleverde service en een snelle implementatie van veranderingen.

BIJLAGE 2: HET NOMINALE PRODUCTMODEL



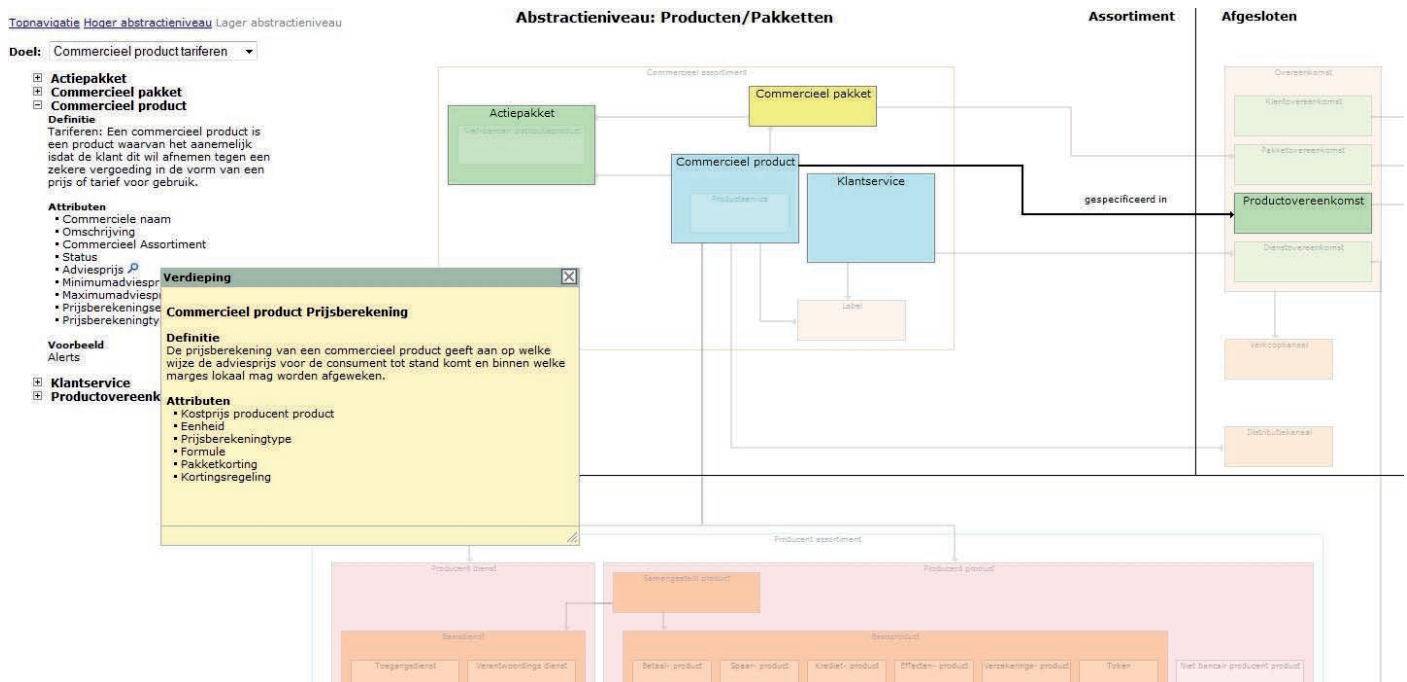
Figuur 3: Nominale definitie productmodel

BIJLAGE 3: TOP NAVIGATIE



Figuur 4: Top navigatiemodel

BIJLAGE 4: HET INTELLIGENTE MODEL



Figuur 5: Definitie productmodel voor tarifieren commercieel product

BIJLAGE 5: GESPECIFICEERDE DOELEN EN DOELGROEPEN

DOELGROEPEN \ DOEL EN SUBDOEL	Voldoen aan externe Wet & Regelgeving						Voldoen aan beleid						Rentabiliteit inzichtelijk maken				Vergroten klantwaarde		Verkopen assortiment				Risico's inzichtelijk maken		Voeren van marketing		Zorgen voor time to market	
	Voldoen aan rapportage eisen	Voldoen aan externe compliance eisen	Voldoen aan bedrijfsethiek	Voldoen aan commercieel beleid	Voldoen aan acceptatiekader	Voldoen aan tariefbeleid	Voldoen aan interne compliance eisen	Bijdragen aan klantloyaliteit	Inzicht geven in klantrentabiliteit	Inzicht geven in productrentabiliteit	Tarifieren assortiment	Voldoen aan klantbehoefte	Informeren over product en assortiment	Adviseren over product en assortiment	Heidere afspraken vastleggen	Ondersteunen vaststellen distributie kanaal	Optimaliseren bankrisico	Optimaliseren klantrisico	Analyseren van product/markt	Voeren van campagnes	Bepalen maakbaarheid	Bepalen haalbaarheid						
Formule Manager			X	X		X		X	X			X				X												
Assortiments Manager		X	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	X				X	X	
Product Manager	X	X	X		X	X									X		X	X	X		X	X			X	X		
Business Change Manager	X	X	X	X	X	X		X	X			X	X	X	X	X	X	X			X	X			X	X		
Informatie Manager																												
Business Analyst																												
Process Analyst																												
Ontwikkelaar																												
Test Analyst																												
Marketing Manager																												
Salesmanager/Salesconsultant									X	X																		
Adviseur binnen lokale bank													X	X	X													
Klant													X	X														
Campagne Manager																									X			
Risico Manager	X	X	X		X										X		X	X										
Juridische Adviseur		X			X										X													
Fiscaal Adviseur		X	X												X		X	X										

Figuur 6: gespecificeerde doelen en doelgroepen voor het productmodel