



# Begrippenlijst

Inzicht in de wereld van big data, marketing en analyse

4orange, 2017

## Inhoud

Achtergrond & Aanleiding.....	3
A.....	3
B.....	3
C.....	3
D.....	4
E.....	4
M.....	5
O.....	6
P.....	6
R.....	6

## Achtergrond & Aanleiding

In de praktijk zien wij veel mensen en bedrijven worstelen met (big) data. Iedereen weet dat het belangrijk is en iedereen wil er iets mee. Maar wat betekenen nu alle termen die in relatie hiermee voorbij komen?

Om een helpende hand te bieden, hebben wij de meest gangbare termen hier onder elkaar gezet met een korte en eenvoudige uitleg. Voor hulp en vragen zijn wij natuurlijk beschikbaar!

### A

**Analist** – Iemand die data weet te vertalen naar relevante informatie

### B

**Big Data** - De definitie van big data is niet altijd duidelijk en de term big data wordt vaak ten onrechte gebruikt. Over het algemeen spreekt men met big data wanneer men werkt met een of meer datasets die te groot zijn om met reguliere databasemanagementsystemen onderhouden te worden. Volgens Gartner gaat het om drie factoren:

- de hoeveelheid data;
- de snelheid waarmee de data binnenkomen en/of opgevraagd worden;
- de diversiteit van de data. Hiermee wordt met name bedoeld dat de data ongestructureerd zijn en niet in een traditionele database opgeslagen kunnen worden.

Als aan minimaal twee van bovenstaande factoren is voldaan, spreekt men in het algemeen over big data. Drie andere factoren zijn:

- de variatie in de data. M.a.w. verschillende bronnen kunnen elkaar tegenspreken en het geheel extra compliceren;
- de kwaliteit van de data: de ene bron is minder betrouwbaar dan de andere;
- de complexiteit van de data: de mate waarin ongestructureerde data van verschillende bronnen met elkaar te combineren zijn.

### C

**Campagne management** – Het (geautomatiseerd) uitvoeren van acties (campagnemanagement) op basis van bepaalde triggers (event-, segment-, timing), al dan niet via elektronische media met als doel: de juiste boodschap naar de juiste (groep) mensen via het juiste kanaal op het juiste moment.

**Campagne database** – Een verzameling waar alle uitgestuurde campagnes inclusief respons in samenkomen zodat deze gebruikt kunnen worden voor analyse en selectie.

**CMS** – Content management Systeem, meestal een webapplicatie, die het mogelijk maakt dat mensen eenvoudig, zonder veel technische kennis, documenten en gegevens op internet kunnen publiceren (contentmanagement). Een functionaliteit van een CMS is dat gegevens zonder lay-out (als platte tekst) kunnen worden ingevoerd, terwijl de gegevens worden gepresenteerd aan bezoekers met een lay-out door toepassing van sjablonen. Een CMS is vooral van belang voor websites waarvan de inhoud regelmatig aanpassing behoeft en de inhoud in een vaste lay-out wordt gepresenteerd aan bezoekers.

**CRM** – Customer Relationship Management; een manier van werken waarbij de klant centraal staat. Automatiseringssystemen die CRM ondersteunen zijn operationele systemen. Dit betekent dat gebruikers informatie invoeren in het CRM systeem zodat een overzicht ontstaat van alle (relevante)

contacten met de betreffende relatie. Een CRM systeem is vooral geschikt om 1:1 contacten te onderhouden (veelal in een B-to-B omgeving).

## D

**Database** – Een verzameling gegevens

**Datawarehouse** – Een datawarehouse (vaak afgekort tot DWH) is een gegevensverzameling die in een dusdanige vorm is gebracht dat terugkerende en ad-hoc vragen in relatief korte tijd beantwoord kunnen worden zonder dat de bronsystemen zelf daardoor overmatig belast worden. Hierin onderscheidt een datawarehouse zich van een standaard database. De betreffende gegevens zijn afkomstig van en worden op geautomatiseerde wijze onttrokken aan de bronsystemen. Gegevens kunnen in een datawarehouse niet worden ingevoerd of aangepast door gebruikers zelf. Als aanpassing van gegevens nodig is dan dient dit òf in de bronsystemen òf in het ETL proces (door aanpassing van de daarin vastgelegde regels) plaats te vinden. Het hebben van een DWH maakt dat binnen een bedrijf met dezelfde definities wordt gewerkt. Een DWH wordt vaak gebruikt voor interne rapportages.

**Data Management Platform** - Een platform waar alle klantdata gecentraliseerd wordt. Deze data wordt hier gekoppeld, gesegmenteerd en vervolgens geactiveerd. Het verzamelen en verrijken van data is een continu proces dat aangesloten wordt op alle verschillende technologieën van de customer journey. Met een DMP krijg je een 360 graden view van je klant waardoor je een optimale customer experience creëert; een eenduidige boodschap, op ieder verschillend device en voor iedere individu.

**Datamart** - Een datamart is een verzameling van gegevens, vergelijkbaar met een datawarehouse, maar meestal met een kleinere hoeveelheid aan gegevens en vaak ingericht voor een specifiek doel. Net als een datawarehouse wordt een datamart periodiek gevuld met gegevens uit operationele systemen en bevatten dus een snapshot van deze gegevens. Datamarts kunnen ook deel uitmaken van een datawarehouse.

**Datamining** - is het gericht zoeken naar (statistische) verbanden in gegevensverzamelingen met als doel profielen op te stellen voor wetenschappelijk, journalistiek of commercieel gebruik. Zo'n verzameling gegevens kan gevormd worden door gebeurtenissen in een praktijksituatie te registreren (aankoopgedrag van consumenten, symptomen bij patiënten, etc) of door de resultaten van eerder uitgevoerde wetenschappelijke onderzoeken met elkaar te vergelijken en te herinterpreteren. Er kan een model mee gecreëerd worden dat het gedrag van mensen of systemen kan voorspellen.

**Data Scientist** – Een analist die veelal werkzaam is in het vakgebied Big Data. Hierbij gaat het om de statistische analyse van de gegevens, waarbij men nog onbekende verbanden probeert te ontdekken.

## E

**E-Commerce** – verkopen via Internet

**E-mail marketing** – Het versturen van een (meestal commerciële) boodschap naar een (geselecteerde) groep mensen via e-mail.

**ETL** - Extraction, Transformation and Load, afgekort ETL, is een begrip uit de informatica. Het benoemt de processen die gebruikt worden om gegevens uit verschillende databases (of bronsystemen) te verenigen in een andere database, veelal een datawarehouse.

- Extract: data uit een bron ophalen
- Transform: opgehaalde data omzetten volgens regels en opzoektabelen of combinaties maken van data uit verschillende bronnen
- Load: de data wegschrijven op een andere plaats

## L

**Lead Nurturing** – Lead nurturing is het proces van volgen en bewerken van leads. Een lead is een potentiële klant, waar je nog niets van weet. Op het moment dat deze lead gegevens achterlaat, wordt het een prospect. Lead nurturing is het optimaliseren van het koopproces door te volgen wat een lead doet op je website en deze gegevens steeds verder te verrijken.

## M

**Marketing Automation** – Het automatiseren van het marketing proces. Ook van marketing automation is, net zoals big data, geen éénduidige definitie te geven. Veelal wordt bedoeld: de mogelijkheid om via het juiste kanaal, de juiste boodschap, bij de juiste personen op het juiste moment te krijgen. Om dit te verwezenlijken zijn vaak meerdere oplossingen nodig, die allemaal vallen onder het kopje marketing automation;

- Lead management – het identificeren van mensen die op de website komen
- CRM – het juist registeren en beheren van de leads, prospects en relaties
- CMS – het kunnen beheren en managen van de content die gebruikt wordt zowel op de website als binnen de organisatie
- eCommerce – online verkopen
- Campagne management – geautomatiseerd kunnen communiceren met geselecteerde groepen op basis van vooraf ingestelde regels
- Online marketing – veelal email marketing: het online (email) kanaal gebruiken in de communicatie met (groepen) relaties
- Analytics – de mogelijkheid om de verschillende campagnes en uitingen naar diverse groepen te kunnen analyseren.

Doordat marketing automation veel onderdelen omvat, wordt deze door veel leveranciers gebruikt en is het (net zoals bij big data) belangrijk om uit te vinden welk deel van marketing automation wordt bedoeld en/of gewenst.

**Marketing database** – Afgekort MDB; Een database die is samengesteld uit diverse bronsystemen (zoals een datawarehouse) die speciaal geschikt is om marketing te bedrijven. Met een MDB kun je analyseren, selecties maken en bestanden bewerken over diverse kanalen heen (bv combinatie van email marketing, website, callcenter, TV actie etc). Een MDB is voor een marketeer het regiecentrum over alle kanalen waarmee met de (potentiële) klant wordt gecommuniceerd. Het is geen operationeel systeem waar data wordt ingevoerd. De data in een MDB is afkomstig uit (meestal diverse) bronsystemen zoals bv operationeel systeem, CRM systeem, e-mail marketing systeem etc).

**O**

**Online marketing** – Marketing via online kanalen. Veelal is dit alleen email. In sommige gevallen wordt hier ook re-marketing mee bedoeld; het tonen van een (op de interesse van de gebruiker afgestemde) advertentie op basis van een cookie dat geplaatst is via een eerder bezochte site.

**P**

**Programmatic Marketing**- het effectief gebruik maken van technologie en signalen van het publiek om ze op de juiste tijd en plaats met de juiste boodschap real-time te bereiken.

**R**

**Re-marketing** – Het tonen van een (op de interesse van de gebruiker afgestemde) advertentie op basis van een Cookie dat geplaatst is via een eerder bezochte website.