

de.....Media

.....
.....
...federatie

A
ACADEMY

Van datalab naar data factory: datastrategie als vliegwiel voor waardecreatie

**1-daagse masterclass, exclusief voor de
uitgeefmediasector (max. 15 deelnemers)**

Donderdag 24 september 2020

Inleiding

Veel bedrijven beschikken over data, maar benutten die nog onvoldoende om er waarde uit te halen. Vaak blijven initiatieven om meer datagedreven te worden steken en ontstijgen nooit de experimentele laboratoriumfase. Reden daarvoor is dat de datastrategie van die organisaties nog onvoldoende in lijn is gebracht met de bedrijfsstrategie. In deze workshop staat het ontwikkelen van een datastrategie centraal om u te helpen om een succesvol datagedreven bedrijf te worden.

Doel

Het doel van deze masterclass is:

- datagestuurde oplossingen en producten te identificeren op basis van de behoeften van de gebruikers of klanten en de beschikbare data van uw organisatie,
- om de vereiste functies, processen, gegevensbronnen, tools, kwalificaties van werknemers en partners te concretiseren,
- en om de kosten-baten, de technische, juridische en economische risico's te kunnen evalueren.

Resultaat

Het resultaat is een datastrategie die de huidige mate van datagedrevenheid van uw organisatie beschrijft, de gewenste status beschrijft en een stappenplan definieert voor het verhogen van datagedrevenheid van uw bedrijf, evenals een initiële aanpak en oplossingen om die toekomstige status te bereiken.

[Aanmelden?](http://www.mediafederatie.nl/agenda)
www.mediafederatie.nl/agenda

Doelgroep

Deze masterclass is vooral belangrijk voor directies en managers die betrokken zijn bij het ontwerpen en ontwikkelen van hun organisatie en datagedreven technologieën daarvoor willen benutten.

Groepsgrootte

De Mediafederatie Academy is erop gericht een maximaal resultaat voor de deelnemers te realiseren qua interactie en relevantie. De groepsgrootte is daarom maximaal 15.

Vorm

De masterclass is interactief. Naast theorie en praktijkvoorbeelden zullen de deelnemers ook aan de slag gaan met use cases en stappen zetten in het ontwikkelen van een voor hun organisatie passende datastrategie.

Materialen

Deelnemers ontvangen hand-outs, modellen en templates die ze ook in de eigen organisaties kunnen toepassen.

Datum en locatie

De masterclass vindt plaats op donderdag 24 september 2020 van 9.00-17.15 uur bij de Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam.

Programma 24 september 2020

09.00 - 09.30 uur | Ontvangst en deelnemersregistratie

09.30 - 10.00 uur | Inleiding en context

- Overzicht datagedreven bedrijfsvoering, voorbeelden, succesverhalen

10.00 - 11.00 uur | Wat is een datastrategie?

- Datastrategie, aanpak en structuur
- Design thinking & business model canvas
- Uitleg value proposition canvas en hoe het gebruikt kan worden om verbeteringen/kansen van datagedreven toepassingen in uw organisatie te identificeren

11.00 - 11.15 uur | Pauze

11.15 - 12.15 uur | Aan de slag

- Uitwerken van een value proposition canvas voor uw eigen organisatie (business problem framing, interviewstijl, in 2-tallen)
- Presentatie aan elkaar (brown paper, met value proposition canvas)
- Lessons Learned Business Model Canvas/Value Proposition Canvas

12.15 - 12.30 uur | Evaluatie

12.30 - 13.15 uur | Lunch

13.15 - 13.45 uur | Het datalandschap

- In kaart brengen datalandschap, identificeren witte vlekken, identificeren nieuwe databronnen (aanpak, voorbeelden)

13.45 - 14.15 uur | Zonder Analytics geen inzicht

- Data alleen is niet genoeg
- Soorten Analytics
 - Descriptive,
 - Predictive, en
 - Prescriptive analytics
- Analytics/datagedreven toepassingen identificeren en concretiseren met het analytics maturity model

14.15 – 14.30 uur | Pauze

14.30 – 16.00 uur | Hands-on datastrategie ontwikkeling

- Concretisering value proposition canvas, identificatie databronnen, benodigde analytics capabilities (in 2-tallen)
- Fit gap analyse (wisseling van 2-tallen, uitleg aan elkaar, outside in view)
- Identificeren mogelijke oplossingen en globaal plan van aanpak (individueel)

16.00 – 16.15 uur | Pauze

16.15 – 17.15 uur | Pitches en dialoog

[Aanmelden?](http://www.mediafederatie.nl/agenda)
www.mediafederatie.nl/agenda

Vorbereiding

Om goed voorbereid aan de slag te gaan en het maximale uit de masterclass te halen wordt aan de deelnemers het volgende gevraagd:

- Verzamelen van mogelijke use cases voor een meer datagedreven aanpak binnen de eigen organisatie.
- In kaart brengen welke databronnen binnen hun organisatie onder andere benut worden.
- Inventariseren van lessons learned over de binnen hun organisatie uitgevoerde datagedreven projecten/datalabs.

Kosten

- Deelnemers die werkzaam zijn bij lidbedrijven van GEU, MMA en NDP Nieuwsmedia betalen € 299,-*
- GAU-leden: GAU biedt GAU-leden een subsidie van € 100,-; zij betalen € 199,-*
- Deelnemers die werkzaam zijn bij een MVW-lidbedrijf kunnen op kosten van MVW deelnemen*
- Niet-leden betalen € 598,-*
- Prijzen zijn exclusief btw en inclusief lunch. De betalings- en annuleringsvoorwaarden zijn van toepassing.*

*Betalings- en annuleringsvoorwaarden

Prijzen zijn excl. btw. Vanwege de huidige kleinschaligheid van onze bijeenkomsten als gevolg van coronamaatregelen wordt deelname helemaal of deels uit de ledencontributie gefinancierd. **Graag wijzen we u erop dat daarom bij afmelding/no show in alle gevallen het gehele bedrag van € 299,- in rekening wordt gebracht (dit geldt ook voor alle GAU- en MVW-leden; de ledenkorting vervalt in dat geval).** Uiteraard kunt u wel altijd een collega in uw plaats laten deelnemen. Bedankt voor uw begrip voor deze maatregel, die wij helaas hebben moeten nemen om de continuïteit van de Academy-bijeenkomsten te kunnen waarborgen. Freelancers/zpp'ers komen niet in aanmerking voor kortingen/subsidies.

Voor werkgevers zijn deze zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Voor particulieren zijn scholingskosten aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Daarbij geldt een drempelbedrag van € 250,-.

De trainers



Werner van Sprundel is actief als freelancer op gebied van data science en digitale strategie. Hij heeft veel ervaring op deze gebieden, waarbij het zijn passie is om data analytics te koppelen aan de business om zo toe te werken naar resultaten waar klanten ook echt iets aan hebben. Hij studeerde af in Finance, Vastgoedkunde en Rechten en heeft zich gedurende en na zijn studies in toenemende mate ontwikkeld als data scientist. Hij heeft een algoritme bedacht om woningprijzen te voorspellen en dat via zijn onderneming succesvol gepositioneerd en verkocht aan verschillende partijen. Werner is altijd op zoek naar het volgende grote idee waarin data science een grote component is.



Vladimir Nedovic is eigenaar van het consultancybedrijf Synemedia dat zich richt op het ontwikkelen van data- en AI-strategieën. Daarnaast leidt hij het AI Startup Lab van de academische start-up incubator ACE (Amsterdam Center for Entrepreneurship). Tussen 2017 en 2020 was hij technisch directeur van het AI-programma van Rockstart. Vladimir is oprichter van de start-up Flavourspace die AI-technologieën ontwikkelt voor gepersonaliseerd voedingsadvies.

Inschrijfformulier