

Wegwijzer Externe B2B Data.

Dé inspiratiegids voor meer en verbeterde externe datatoepassingen voor **BI, Data Science & Analytics.**



Highlights.

- 1. Externe data verrijken interne data** door context te geven, diepere inzichten te krijgen in huidige klanten en nieuwe klanten te identificeren.
- 2.** Er zijn veel verschillende B2B-databronnen en -kenmerken beschikbaar. Wij inspireren je met **5 manieren waarop externe data jouw bedrijf vooruit kan helpen.**
- 3.** Met de **handige checklist** weet je waar je op moet letten bij de aanschaf van externe datasets.



Inleiding.

Ieder bedrijf hoopt op basis van business intelligence (BI) initiatieven en slimme data-analyses nieuwe – vaak onverwachte – inzichten te ontdekken. En dan vallen al snel de magische woorden ‘externe data’.

De kans op échte innovatie is namelijk groter naarmate je meer externe bronnen combineert met je interne data. Bijna alle data analisten gebruiken al externe gegevens voor bijvoorbeeld marketing- en salesinzichten, risicoanalyses of het achterhalen van fraude indicatoren. Maar er zijn maar weinig bedrijven die door de grote hoeveelheden aan databronnen alle mogelijkheden overzien.

Daarom inspireren we je in deze Wegwijzer over:

- ✓ Alle beschikbare externe B2B-data met de voor- en nadelen.
- ✓ Nieuwe, interessante datatoepassingen.
- ✓ Waar moet je op letten bij het aanschaffen van externe datasets.

Aan de hand van voorbeelden en use cases geven we je een zetje in de juiste richting in de wirwar van databronnen en overload aan beschikbare toepassingen. Welke datasets geven jouw organisatie straks een concurrentievoordeel?



1 Datasoorten.

Bedrijfsdata komen voor in verschillende soorten en maten. Klantgegevens, verkoopcijfers, campagneresultaten; het zijn allemaal voorbeelden van historische interne data. Hiermee kun je monitoren hoe goed je bedrijf functioneert, waar eventuele interne risico's zitten en je kunt waar nodig bijsturen.

Maar om een concurrentievoordeel te behalen moet een organisatie verder kijken dan naar de interne gegevens. Alleen beslissingen nemen op basis van interne data is als autorijden terwijl je alleen in de achteruitkijkspiegel kijkt en niet de zijspiegels en voorruit goed benut. **Externe** data bieden:

- ✓ Context
- ✓ Diepere inzichten in huidige klanten
- ✓ Inzichten in potentiële klanten

Databronnen combineren om groeimogelijkheden te identificeren.

Hoe ziet jouw klant er nu uit?

Sterke en zwakke punten identificeren op basis van interne data verrijkt met externe data.

Bedrijfsgroei

Hoe ziet de markt eruit?

Sterke en zwakke punten in marktcontext zetten met externe data.

Hoe ziet jouw potentiële klant eruit?

Potentiële klanten in kaart brengen aan de hand van o.a. websitebezoekers.

Welke niet-klanten bezoeken jouw site?
En waarom converteren zij (nog) niet?

Er zijn 3 soorten externe data:



1. Openbare data

Verschillende instanties, zoals het CBS en de overheid, bieden gratis datasets aan.

Voordeel:

- Kosteloos te gebruiken
- Leveren grote hoeveelheden betrouwbare cijfers op

Nadeel:

- Worden minder vaak geüpdatet
- Het ontbreekt vaak aan de juiste structuur om eenvoudig te integreren met interne systemen.



2. Zelf-verzamelde data

Openbare informatie kun je op een slimme manier uitlezen ('scrapen'). Denk aan data van nieuwswebsites of internetfora die je binnenhaalt via API's of scripts.

Voordeel:

- Goedkope manier van externe data inwinnen
- Nuttige contextuele toevoeging op interne data

Nadeel:

- Tijdrovend proces
- Meer nadenkwerk (formaten, licentievoorwaarden, wetgeving, etc.)



3. Data van commerciële aanbieders

Steeds meer partijen bieden data aan die ze zelf verzamelen en verrijken.

Denk aan NAW-gegevens, bedrijfsprofielen of financiële gegevens.

Voordeel:

- Hoge datakwaliteit, aansluitend op klantbehoefte
- Data is geschikt gemaakt om te integreren met interne systemen
- Grotere kans om inzichten te ontdekken die een concurrent nog niet heeft

Nadeel:

- Relatief duur
- Waakzaam zijn op volledigheid en waarde toevoeging voor jouw probleemstuk.

Samenvatting

Als je interne- en externe data effectief combineert, kun je in een vroegtijdig stadium anticiperen op veranderingen in je competitieve omgeving en identificeer je sneller kansen en risico's.

2 Inspiratie: 5 B2B-toepassingen en use cases.

Of je nu kiest voor openbare-, zelf-verzamelde- of data van commerciële aanbieders, er zijn oneindig veel kenmerken om te verzamelen en manieren om deze toe te passen. Wij noemen een aantal voorbeelden om je te inspireren:

1. Groeikansen identificeren met specifieke organisatiekenmerken
2. Fraude indicatoren achterhalen aan de hand van bedrijfsdata
3. Strategisch keuzes maken met realtime data
4. Bedrijfsovername versoepelen met marktindicatoren
5. Prognoses en voorspellingen doen

1. Groeikansen identificeren met specifieke organisatiekenmerken

Het toevoegen van externe bedrijfskenmerken aan analyses geeft een diepgaander en gedetailleerder inzicht in de markt en je ideale klantprofiel. Denk aan bedrijfskenmerken zoals:

- ✓ Bedrijfsactiviteiten
- ✓ Locatie
- ✓ Bedrijfsgrootte
- ✓ Concernstructuur
- ✓ Pandinformatie
- ✓ Financiële prestaties

Deze inzichten helpen de marketing- en salesafdeling bij het vinden en gericht benaderen van nieuwe kansrijke doelgroepen. Zie bijvoorbeeld hoe Eneco dat doet:



USE CASE

Bedrijven identificeren die zonnepanelen willen afnemen

Energieleverancier Eneco maakt sinds een aantal jaar gebruik van externe data-elementen in hun marketing intelligence analyses. Zij voegen bijvoorbeeld de externe kenmerken **'locatie van het bedrijfspand'**, **'dakoppervlakte'**, **'type dak'** en **'bouwjaar'** toe aan hun markt- en klantonderzoek.

Resultaat:

De informatie uit de analyse zetten ze om in een marktsegmentatie voor de zonnepanelenpropositie. Bedrijven met een te klein dak of buiten het congestiegebied (een gebied waar meer behoefte aan elektriciteitsvermogen is dan het elektriciteitsnet kan leveren) worden bij voorbaat uitgesloten van marketing- en salesactiviteiten.

Een andere manier van dataverrijking is om naar openstaande vacatures te kijken. Dit helpt je om te zien waar werkgelegenheid is of gaat komen, en waar bijvoorbeeld nieuwe investeringen kunnen renderen. Uitzendorganisaties doen dat zo:

USE CASE

De ideale locatie voor nieuwe vestigingen vinden

Uitzendorganisaties beschikken vaak over een groot aantal vestigingen en zijn altijd op zoek naar potentiële nieuwe locaties. Om inzichtelijk te maken wat de ideale locatie is voor een nieuwe vestiging, willen zij bijvoorbeeld weten waar veel bedrijven met personeelstekort zich bevinden.

Om dit inzichtelijk te maken wordt gebruik gemaakt van waardevolle marktinformatie zoals **openstaande vacatures**, **type bedrijfsactiviteiten** (kantoor, winkel, industrieel, etc.), **aantal medewerkers** en **de ontwikkeling die het bedrijf doormaakt**.

2. Fraude indicatoren achterhalen aan de hand van bedrijfsdata

Financiële dienstverleners, zoals verzekeraars, werken met fraude indicatoren om frauduleuze handelingen te detecteren. Volgens de meest recente cijfers van het Verbond van Verzekeraars kan het actief aanpakken van verzekeringsfraude wel 82 miljoen euro op jaarbasis schelen. Fraude indicatoren die met externe data inzichtelijk gemaakt kunnen worden, zijn bijvoorbeeld:

- ✓ Het bedrijfsadres op de website verschilt van het opgegeven adres bij de KvK
- ✓ Het bedrijf heeft een vreemde combinatie van SBI (branche) codes
- ✓ Het bedrijf heeft geen website
- ✓ Er is geen werkmaatschappij verbonden aan het bedrijf, alleen een financiële holding
- ✓ Het bedrijf heeft een onlogische bestemming van het pand gezien de bedrijfsactiviteiten
- ✓ Het bedrijf importeert en/of exporteert vanuit landen met een verhoogd risico om zaken mee te doen.



3. Strategische keuzes maken met realtime data

Het internet is een goudmijn aan beschikbare, up-to-date en realtime data. Deze kun je gebruiken voor onder andere:

- ✔ Markttrends en ontwikkelingen opsporen door middel van webcrawling
- ✔ Het anticiperen op veranderingen in de markt of klantaccounts met informatie uit nieuwsberichten
- ✔ Het detecteren van productverbeteringen aan de hand van reviews

USE CASE

Webcrawling als basis voor beleidsvorming

Het kabinet streeft naar een volledig circulaire economie in 2050. Internationaal advies- en ingenieursbureau Royal HaskoningDHV deed in dat kader onderzoek naar de status van het circulaire bedrijfsleven in Nederland. Zij maakte daarbij gebruik van de techniek webcrawling.

Voorbeelden van keywords die gecrawld zijn: **circulaire economie, zero waste, duurzaamheid, biobased economie, tweedehands, chemische recycling, waste-to-energy** en **voedselverspilling tegengaan**. In totaal zijn 135 keywords gebruikt. Hiermee zijn ruim 100.000 circulaire bedrijven in beeld gebracht. Het eindresultaat? Diepgaand inzicht in de ontwikkeling van circulaire economie in Nederland als basis voor nieuwe beleidsvorming.

“De webcrawling was onmisbaar om meer dan 100.000 circulaire bedrijven in kaart te brengen”

Jan Bart Jutte

Adviseur circulaire economie
Royal HaskoningDHV



4. Bedrijfsovername versoepelen met marktindicatoren

Wanneer een bedrijf in de oriënterende fase zit om een ander bedrijf over te nemen, is een eerste stap het vaststellen van het profiel van de ideale overnamekandidaat. Met een analyse op basis van externe data-elementen kun je bedrijven in kaart brengen aan de hand van:

- ✓ Branche
- ✓ Financiële situatie
- ✓ Krimp/groei indicatoren
- ✓ Omvang in medewerkers en locaties
- ✓ De mate waarin een bedrijf internationaal actief is
- ✓ Vacatures
- ✓ Specifieke keywords op bedrijfswebsites

Datakwaliteit validatie na een overname

Een veelvoorkomend probleem bij één of meerdere overnames van bedrijven, is de slechte kwaliteit van klantgegevens in organisaties. Door overnames komen klantgegevens bij elkaar. Dit resulteert in dubbele gegevens en verschillen in actualiteit en volledigheid.

Om erachter te komen of van alle klanten de juiste basisinformatie beschikbaar is, kun je de klantinformatie verrijken met basisgegevens zoals KVK-nummer, statutaire naam, adresinformatie, branche en concernstructuur.

Belangrijk is om bijvoorbeeld te achterhalen of klanten meerdere keren voorkomen in de systemen vanuit meerdere bedrijfsonderdelen. Externe data kunnen hierbij een belangrijke rol spelen.

5. Prognoses en voorspellingen doen

Om de toekomst te voorspellen gebruik je historische, interne data aangevuld met externe datakenmerken met een voorspellende waarde. Denk aan **'financiële kenmerken'**, **'vacaturedata'** en **'de ontwikkeling van het aantal medewerkers'** van een bedrijf. Je voorspelt hiermee het toekomstige gedrag van specifieke (potentiële) klanten op basis van het klantprofiel en het gedrag van soortgelijke klanten.

Met de inzet van externe data kun je o.a. voorspellen:

- ✔ Wie je toekomstige klanten zijn
- ✔ Welke klanten een hoog risico vormen met betrekking tot wanbetaling
- ✔ Wat de aanwezige (groei-)potentie is van bestaande en nieuwe klanten

USE CASE

Cross- en upsell mogelijkheden voorspellen bij klanten

Leveranciers van printers en kopieermachines hebben hun aanbod van producten en diensten de laatste jaren flink uitgebreid. Door digitalisering wordt er minder geprint en is er meer behoefte aan oplossingen voor digitale verwerking van documenten. Denk aan document managementsystemen. Er is behoefte aan inzicht in het potentieel binnen de eigen klantgroep. Welke klanten staan open voor deze nieuwe diensten?

Door interne data, zoals de huidige omzetwaarde van klanten, te combineren met externe data is de aanwezige (groei-)potentie van deze klanten ingeschat. Externe data-elementen die helpen om de potentiële waarde te bepalen zijn: **omvang van een bedrijfspand, wagenparkinformatie, het aantal locaties, leeftijd van een bedrijf, branche-activiteit en de ontwikkeling van het aantal medewerkers.**



Maak betrouwbare analyses en voorspellingen met de Company.info SBI code



De geregistreerde hoofd-SBI-code uit het Handelsregister komt lang niet altijd overeen met de echte hoofdactiviteit van een bedrijf. Voor dit probleem heeft Company.info een oplossing die zorgt voor meer betrouwbare SBI-codes. Daarvoor wordt gebruik gemaakt van de techniek webcrawling en handmatige checks.

Met websitecrawling wordt alle content van bedrijfswebsites doorzocht. Hier komen veelvoorkomende trefwoorden uit. Op basis daarvan worden de Company.info-SBI-codes vastgesteld.

Op deze manier zijn er bijvoorbeeld 3 additionele SBI-codes gekoppeld aan Shell, namelijk:

- ✓ Winning van aardolie en aardgas
- ✓ Groothandel in vloeibare en gasvormige brandstoffen
- ✓ Benzinstations

Deze codering is een stuk specifieker dan de SBI-code voor financiële holding, waaronder Shell ingeschreven staat bij de KvK. De Company.info SBI code komt dus vaker overeen met de daadwerkelijke bedrijfsactiviteiten. Dat zorgt voor een completer en meer betrouwbaar beeld van een bedrijf.



Uit onderzoek van Company.info blijkt dat **78.000 Nederlandse bedrijven** mogelijk onder de verkeerde hoofd SBI-code geregistreerd staan.

3 Checklist voor het toepassen van externe B2B-data.

Ben je na het lezen over alle toepassingsmogelijkheden van externe data van plan om hier meer gebruik van te maken? Gebruik deze checklist voor de aankoop van externe datasets:



1. Is de data actueel en betrouwbaar?

De kwaliteitseisen aan externe data zijn niet anders dan aan interne data. Het probleem is alleen dat de kwaliteit van externe data nogal varieert. Hoe interessant externe data ook lijkt voor jouw bedrijf, beoordeel eerst goed of de kwaliteit structureel te borgen is. Zorg dat je (de definities van) de databron goed doorgrondt en toetst aan de eisen die je organisatie stelt aan kwaliteit en controleerbaarheid. En check of je die eisen structureel kunt monitoren.



2. Heeft de data voorspellende waarde?

Start met een experiment en test de externe data met een sample dataset. Heeft de gekozen externe data voorspellende waarde? Pas als je voldoende bewijs hebt van de meerwaarde van de externe data, neem je de data op in je dataplatform.



3. Is de leverancier betrouwbaar?

Wanneer je weet wat voor soort externe data je nodig hebt voor jouw analyses, is het belangrijk de juiste leverancier te vinden. Heeft de leverancier een goede reputatie? Heeft de leverancier kennis van jouw markt en product/dienstenaanbod? Heeft hij eigen dataspecialisten in huis en is het dus meer dan een doorverkoper van data? Denk na welke selectiecriteria belangrijk zijn bij jouw zoektocht.



4. Hoe krijg ik de data aangeleverd?

Let altijd op of je de dataset langdurig kunt integreren met je huidige systeem. Het eenmalig inzetten van data voor een experiment is vaak niet het probleem. Maar wat als de analyses bevestigen dat die data bruikbare inzichten oplevert die je breed beschikbaar wilt stellen in je bedrijf? Is het dan mogelijk om die data regelmatig (of zelfs realtime) binnen te halen en te koppelen aan bijvoorbeeld het data warehouse of datalake?



5. Onder welke voorwaarden mag mijn organisatie deze data gebruiken?

Externe data verzamelen en koppelen aan interne klantdata introduceert extra risico's vanuit de wetgeving. Zorg dat je daar rekening mee houdt tijdens je zoektocht naar baanbrekende nieuwe inzichten.



Checklist

De beoogde externe dataset is:

- ✓ Actueel
- ✓ Van waarde
- ✓ Betrouwbaar
- ✓ Te integreren
- ✓ In lijn met wetgeving

**Kom je er zelf niet uit?
Onze dataconsultants helpen je graag verder.**

Plan nu vrijblijvend jouw afspraak in met een dataconsultant!

PLAN JOUW AFSPRAAK



Over Company.info

Company.info levert unieke, innovatieve B2B data aan data-analisten, data scientists en BI analisten in overeenstemming met de wet- en regelgeving. Dit zorgt voor meer diepgaande, waardevolle inzichten, waardoor B2B-organisaties hun omzet verhogen, activiteiten stroomlijnen en risico's verminderen.

Benieuwd wat onze data voor jouw organisatie kan betekenen?

Wij vertellen je graag meer over de mogelijkheden.



+ 31(0)20 2400 400



service@company.info