

Spijt komt na de zonde

Veel organisaties die een project op het gebied van masterdatamanagement (MDM) hebben uitgevoerd zijn er achter gekomen dat het middel soms erger is dan de kwaal die ze willen oplossen. De business weigert te werken met de opgeleverde MDM-oplossing(en). De gekozen MDM-oplossingen beperken zich veelal tot een specifiek domein: de zogenaamde customer data intelligence (CDI)-oplossingen voor het klantendomein of de zogenaamde productinformatie management (PIM)-oplossingen voor producten. Het voordeel van deze oplossingen is dat ze door hun vaste datamodel en aanwezige functionaliteit snel in staat zijn om een eerste projectresultaat te behalen. Echter, het vaste datamodel is meteen ook het grote nadeel van deze oplossingen. Organisaties worden namelijk gedwongen zich aan het model te conformeren en verliezen daarmee veel van de gewenste flexibiliteit om in te kunnen spelen op wijzigingen in de toekomst. Naast het vaste datamodel zijn deze oplossingen vaak ook zeer technisch van aard wat de acceptatie door de business niet ten goede komt en van masterdatamanagement een IT-aangelegenheid maakt. Nog belangrijker is wellicht dat masterdata zich van nature niet beperkt tot één onderwerp, maar zich uitstrekt over alle domeinen van een organisatie. In het ergste geval eindigen organisaties die deze puntoplossingen gebruiken met meerdere MDM-oplossingen, één per domein. Ze creëren hiermee silo's van masterdata, waardoor de business voor het onderhouden van masterdata verschillende systemen moet aanleren en onderhouden. De slotsom is dat de business de oplossing nog steeds niet accepteert, alhoewel technisch aan alle eisen is voldaan.

Inmiddels zijn er organisaties die hun initiële MDM-initiatieven om deze redenen gestopt hebben, en kiezen voor een volledig nieuwe MDM-aanpak. Deze nieuwe aanpak is gebaseerd op een 'modelgedreven multi domain

MDM-oplossing'. Deze oplossing werkt met het datamodel van de organisatie en is te implementeren binnen elk domein en binnen elke organisatie. Ook is het mogelijk om masterdata over verschillende domeinen heen vast te leggen en te beheren. De beperkte extra functionaliteit van een PIM- of CDI-speler is vaak eenvoudig aan het product toe te voegen door middel van de standaardaanwezige API's. Het belangrijkste van een MDM-oplossing is de businessacceptatie. De business is de eigenaar van de masterdata en dit is ook de partij die de masterdata moet gaan onderhouden. IT is alleen verantwoordelijk voor de integratie van de masterdata in de rest van de IT-systemen van een organisatie. De gekozen MDM-oplossing moet dus ook een oplossing zijn met een op de business gerichte user interface, anders blijft het risico bestaan dat de business de oplossing nooit volledig accepteert.

Dit zijn belangrijke lessen voor die organisaties die nog aan het begin staan van een MDM-project. Maak niet dezelfde fouten als uw voorgangers die kozen voor een kortetermijnaanpak met snel maar uiteindelijk beperkt resultaat. MDM is een kwestie van lange adem en een gedegen businessgedreven aanpak. Omdat masterdata van nature over meerdere domeinen gaat en geen organisatie 100 procent past in het keurslijf van een standaard datamodel, is een modelgedreven multi domain MDM-oplossing de enige juiste weg vooruit. U bent toch liever geen spijtoptant? **x**



o Edwin van Asch is Solution Consultant bij Systemation. In zijn functie houdt hij zich voornamelijk bezig met het adviseren van klanten op het gebied van BI en masterdatamanagement.