

DATA VOOR DUURZAAMHEID

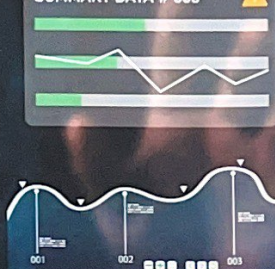
EERST HET HOOFDDOEL BEPALEN

De data van bedrijven blijven vaak onbenut. Toch kan die schat aan gegevens ervoor zorgen dat een organisatie minder grondstoffen of minder vrachtwagens moet inzetten om tot hetzelfde resultaat te komen. Agilytic gaat aan de slag met die data en draagt daardoor, rechtstreeks en onrechtstreeks, bij aan een kleinere ecologische voetafdruk van bedrijven.

TERST DAVID VAN HAALENBERGHE



SUMMARY DATA # 003



Julien Theys steekt van wal over hoe data handig en nuttig zijn om tot afval- en energiebesparing te komen. Hij richtte in 2015 Agilytic mee op en mag zich Managing Partner noemen. Theys draagt een rugzak vol ervaring mee in de TMT-sector (Technologie, Media en Telecom). "Wat we bij Agilytic doen, vloeit eigenlijk voort uit de telecomsector. Samen met mijn partner, die alles meer vanuit de wetenschappelijke kant bekijkt, wilden we via data-analyse de churn-graad in kaart brengen. Churn is het percentage klanten dat jaarlijks een bedrijf verlaat, om welke reden dan ook. De gaten in de emmer, als het ware."

"Veel projecten waar we aan werken, gaan over efficiëntie."

JULIEN THEYS

DOELEN STELLEN VIA DATA

Sinds zeven jaar ondersteunt Agilytic bedrijven en organisaties. "We helpen hen doelen bereiken door data op een intelligente manier in te zetten. Dat kan door nieuwe klanten aan te trekken of door de gaten in de emmer te dichten om te voorkomen dat klanten het bedrijf verlaten. Daarnaast helpen we hen ook in minder zichtbare processen zoals optimalisatie en financiële risico's te verminderen. In eerste instantie praten we met de bedrijfsleiders om goed in te schatten waar zij van wakker liggen. Dat gaat van grote concurrentie tot te hoge kosten. Van daaruit focussen we onze analytische projecten op dat specifiek probleem."



Agilytic analyseert massa's data om bedrijven te adviseren. Waar haalt het team van Julien Theys de mosterd? "Enerzijds is er de data waarmee we onze modellen bouwen. In ruim 90 procent van de gevallen gebruiken we data waarover de bedrijven al beschikken, maar niet correct gebruiken. Aan de hand van die data maken we algoritmes om bijvoorbeeld voorspellingen te maken of om klanten onder te verdelen. Vervolgens kunnen we advies geven om een bepaald doel te bereiken."

BELANG VAN DATA

Ondanks dat Agilytic nog niet zo bijster lang bestaat, zag Julien Theys in die tijd wel een grote verandering plaatsvinden. "De mindset van bedrijfsleiders is veranderd. In onze beginjaren moesten we de klanten nog moesten overtuigen van de meerwaarde van analytische projecten. Tegenwoordig, onder andere dankzij de buzz rond AI, zijn bedrijven zich veel meer bewust geworden van het belang van data-analytics. Analyses zijn nu veel meer in de mode. De grote uitdaging ligt erin om te bepalen welk project voor een bedrijf prioritair moet zijn."

Agilytic kende de voorbije jaren

een gestage groei en telt vandaag 25 werknemers. "We proberen elk jaar vijf nieuwe collega's aan te werven. AI is het juiste talent vinden best een uitdaging. We zijn een onafhankelijk bedrijf met als doel om bekend te worden om onze kwaliteit en veel minder om onze omvang. Een veelgemaakte vergissing is dat we aanzien worden als een IT-bedrijf. We gebruiken uiteraard data en technologie, maar al onze medewerkers moeten vooral over een grote business-empathie beschikken. We zijn niet een zoveelste data-bedrijf, we willen er uitspringen door onze kwaliteit en duurzaamheid."

GENERALIST OP DE MARKT

De bedrijven waarvoor Agilytic werkt, zijn onmogelijk in één bepaalde hoek te duwen. Op de klantenlijst staan grote spelers uit de wereld van bank en verzekeringen, maar ook winkels, de autosector en publieke diensten. "Grote bedrijven weten meestal goed wat ze willen, maar het ontbreekt hen vooral aan logistiek of mankracht om dat doel te bereiken. We werken het vaakst met kmo's. Hen dagen we uit om samen een project uit te werken."

"We moeten ook kritisch blijven. To a hammer everything looks like



"Meer doen met minder. In elke stap van het productieproces is er afval."

JULIEN THEYS

a nail. Soms is data-analyse niet het antwoord op een probleem. Dat laten we de bedrijven ook weten. We hebben al meer dan 200 projecten gedaan voor ruim tachtig klanten. In acht op de tien gevallen dat we met een klant praten, is er een gelegenheid om iets te doen. De uitdaging moet oplosbaar zijn met analytics. Daarnaast moeten alle ingrediënten aanwezig zijn om het geheel te laten werken. Betrouwbare data zijn daarbij onontbeerlijk, net als de wil om met het project door te gaan. *Trust the proces.*"

DUURZAAMHEID VIA DATA

De vraag die veel bedrijven zich ongetwijfeld stellen: 'hoe kan data-analyse bijdragen aan de duurzaamheid van het bedrijf'. Op veel manieren, zo

projecten zijn met een economische en tegelijk ecologische meerwaarde."

Die mentaliteit zien we ook in bedrijven die enorm bezig zijn met duurzaamheid. Ook voor hen draait het om het optimaliseren en om meer te kunnen doen met minder middelen. "Als jouw bedrijf Bpost of UPS heet, dan heb je ons niet nodig om te weten dat het interessant is om de leveringsroutes te optimaliseren. Wanneer je een kleinere onderneming bent, dan heb je niet noodzakelijk die kennis. Op dat moment kunnen wij via data helpen en heb je als bedrijf mogelijk vijf auto's minder nodig. Daardoor zakt meteen de CO₂-uitstoot en kan personeel elders worden ingezet."

KLIMAAT WINT ALTIJD

"Chasing waste" blijkt uit ons gesprek met Julien Theys één van de grotere drijfveren voor bedrijven om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Het principe voor Agilytic blijft onveranderd. "Het gaat ook hier om meer doen met minder. In elke stap van het productieproces is er afval. Wij analyseren dat proces en leren zo hoe dat afval tot stand komt. Komt het door de kwaliteit van het product, of scheelt er iets aan het proces of de manier waarop machines worden gebruikt? Door een model te maken dat het afval in kaart brengt, geven we het bedrijf een tool in handen om er iets aan te doen."

De motivatie van het bedrijf zelf om een impact te hebben, speelt geen rol voor een bedrijf als Agilytic. "We hoeven de rekening niet te maken. Voor ons persoonlijk speelt onze ecologische voetafdruk wel een belangrijke rol. En door processen te optimaliseren voor bedrijven, weten we dat we een bijdrage leveren aan het klimaat. De initiële houding van de klant is ondergeschikt, want wij weten van onszelf dat we een positieve bijdrage leveren. In elk geval is het een win-win situatie, voor de klant, voor ons en voor het klimaat", besluit Julien Theys. <

ZOT DUURZAAM

NIKKEL VIA PLANTEN UIT DE BODEM

Het Luxemburgse Aperam, een wereldwijde producent van roestvrij staal, en Econick, een spin-off van de Franse Université de Lorraine en gespecialiseerd in fyto-extractie, hebben samen een nieuwe joint venture opgericht. Onder de naam Botanick willen ze een wereldleider worden in de duurzame productie van nikkel van biologische oorsprong dat gebruikt kan worden in de roestvrijstaal-industrie.

Om die ambitie te realiseren, gebruikt Botanick de kracht van hyperaccumulerende planten. Zulke planten kunnen groeien in

metaalhoudende bodems die niet geschikt zijn voor het verbouwen van traditionele gewassen. Ze kunnen grote hoeveelheden zware metalen opslaan zoals kobalt, cadmium, mangaan, zink en nikkel.

In dit project wordt muurschildzaad geplant in een nikkelrijke bodem. Na de oogst worden de planten gedroogd en het geconcentreerde nikkel overgebracht naar Recyco, de Europese recyclage-eenheid van Aperam. De bijproducten van het proces kunnen worden gebruikt als hoogwaardige meststoffen. In verschillende landen is de proefproductie al opgestart. <