

## Van data naar storytelling: Hoe laten we data spreken in vastgoed?

28-05-2019 11:25

**Dat data een ongelooflijk belangrijke rol spelen bij investeren in en managen van vastgoed, daar zijn we het allemaal wel over eens. Toch is er iets raars aan de hand met data. Vaak zeggen ze eigenlijk niets. Letterlijk: ze praten niet. Data zijn niet gewend om hun mond open te doen. En toch willen we dat deze informatie ons iets gaan zeggen, ons iets vertellen. Data met een verhaal. Data die ons aansporen om iets te gaan doen. Aan het woord is Aart Zandbergen, Chief Expedition Officer bij Reasult, over de noodzakelijke maar ook gespannen verhouding tussen vastgoed en data.**

We zijn een volk van verzamelaars. Of het nu gaat om munten, postzegels, oldtimers of data over vastgoed: aan onze neiging tot verzamelen lijkt geen einde te komen. Dat geldt ook voor ons eigen vastgoed en marktdata over vastgoed: we beschikken al snel over vele terabytes aan data. En alles wat we digitaal verzamelen groeit exponentieel en omdat het opslaan van al die data niets meer kost maken we ons er niet erg druk over. En de enigszins gehypte trends van big data en data-driven organisaties lijken dat alleen maar erger te maken. We weten dat slechts enkele procenten van die data daadwerkelijk wordt gebruikt. En dan wordt volgens onderzoek van [BI-survey](#) gemiddeld ook nog ongeveer de helft van de beslissingen die we nemen in bedrijven gebaseerd op onderbuikgevoel, en dus niet op data.

### **Data, informatie en kennis**

Data, bijvoorbeeld het getal 150, zegt op zichzelf niets. Wel als we het in een context plaatsen, bijvoorbeeld € 150,- contractuur per vierkante meter per jaar. Dan noemen we het geen data meer maar informatie. Maar dat lost nog niet zoveel op want ook met informatie worden we overspoeld. Toegegeven, informatie, mits goed geïnterpreteerd en toegepast leidt tot kennis, want het geeft ons meer inzicht en zegt dus iets over onze business.

Ook bij Reasult gaan we steeds verder in het bieden van informatie over vastgoedprojecten en bestaand vastgoed. Informatie die de kennis over ons vastgoed vergroot. Tegelijkertijd vragen wij ons af: waar leidt dit toe? Letterlijk. Want informatie en kennis moeten uiteindelijk, in bijna alle gevallen, leiden tot acties. Er moeten mensen overtuigd worden, mensen tot actie worden aangespoord etcetera.

### **De kracht van storytelling, laat de data een verhaal vertellen**

Van ruwe nietszeggende data naar Informatie naar Infographics naar Storytelling. Hoewel in de vastgoedwereld nog een weg te gaan is, is er een trend gaande van niet nóg meer data te produceren maar vooral minder informatie beter te verpakken en te communiceren. En dat is precies wat storytelling is. Een verhaal vertellen in plaats van data tonen. Een verhaal met een plot, personages, context, pakkende momenten en het liefst met een onthulling. En dan gaat het niet meer om de hoeveelheid maar om de kwaliteit. Less is more. Verhalen blijven hangen, data niet en informatie ook steeds minder omdat we ermee overspoeld worden.

### **Data zonder strategie is nutteloos**

Zonder strategie neigt informatie nutteloos te raken. Een strategische visie op vastgoed bevat doelstellingen, ijkpunten, timeframes en bandbreedtes. Wat zegt de informatie dat bijvoorbeeld d.m.v. een investering van EUR 50 miljoen alle kantoorpanden binnen 2 jaar energielabel C kunnen hebben, als niet duidelijk is (gecommuniceerd) of dat past binnen de strategische keuzes die zijn gemaakt? Als we die weten en als we die communiceren, dan kunnen we informatie ook zinvol laten spreken.

## **De context van de markt**

Een vastgoedbedrijf functioneert in een markt. Welgeteld zijn er in Nederland meer dan 100, veelal versnipperde bronnen die data en soms informatie en heel soms, via onderzoeksrapporten, kennis leveren over de markt waarin we opereren. Deze bronnen zullen permanent met interne bronnen moeten worden verbonden om ons inzicht te vergroten. Dat leidt tot betere prognoses.

## **Data moeten slimmer worden**

Aan luie en domme data hebben we niks. Door middel van Artificial Intelligence (A.I.) zijn we steeds meer in staat conclusies te trekken uit data. Conclusies die we zelf niet zouden kunnen trekken. Of nog een stap verder: mits de strategie duidelijk is gedefinieerd en gecommuniceerd en de algoritmen voorhanden zijn kunnen we automatisch scenario's optimaliseren. Uit intern onderzoek bij Reasult is gebleken dat dat heel vaak betere scenario's oplevert. Zo blijkt bijvoorbeeld dat het doorrekenen van duizenden scenario's voor een vastgoedportefeuille, mits de doelen duidelijk zijn geformuleerd en met de juiste data en algoritmen, een veel betere strategie oplevert dan via een soort trial and error een aantal handmatig gecreëerde scenario's doorrekenen. Ik ben ervan overtuigd dat A.I. een belangrijke rol gaat spelen de komende jaren bij Portefeuille- en Assetmanagement.

## **Data en informatie laten spreken**

En uiteindelijk blijven we nog steeds heel veel data en informatie produceren. Handmatig of automatisch, intern of extern, over het verleden of over de verwachte toekomst. Als we dit willen laten spreken moeten we hiermee aan de slag. Want we willen mensen gaan overtuigen, tot actie bewegen, beslissingen laten nemen et cetera. We moeten dus een verhaal gaan vertellen. Dat gaat verder dan informatie tonen, hoe goed ook berekend en hoe mooi ook gepresenteerd. Bij storytelling gaat het vooral over communiceren, over informatie met als doel iets te laten gebeuren, iets te veranderen.

## **Een Portefeuille Management Platform met een verhaal**

Reasult ontwikkelt een Platform voor Portefeuille Management waarin Artificial Intelligence en de principes van storytelling worden toegepast. Waarin we cijfers dus laten spreken. In dat opzicht kunnen we leren van de autobranche: onder de motorkap zijn auto's vele malen complexer geworden maar achter het stuur worden we steeds beter met minder handelingen naar ons doel geleid. En steeds vaker met adaptive cruise control en active lane assist.

Wat zou het fantastisch zijn als vastgoedbedrijven op die manier zouden kunnen navigeren. Onder de motorkap wordt nog steeds heel veel data en informatie geproduceerd die voor de echte cijferanalist beschikbaar is. Maar achter het stuur wordt een verhaal verteld.

Op de PROVADA lanceert [Reasult](#) haar Platform voor Portefeuille Management. Nieuwsgierig geworden? Kom het bekijken op onze stand in hal 12 standnummer 46.

Aart Zandbergen