

# De unieke reis van een doos vol data



Van losse data naar een strak geordende bibliotheek

Om dozen te schuiven heb je geen data nodig, zo was lang de gedachte. Bij DPD weet men inmiddels beter. Het bedrijf ziet in data de sleutel om de ultieme droom uit te laten komen: in een gestandaardiseerd massaproces ieder individueel pakketje flexibel kunnen behandelen.

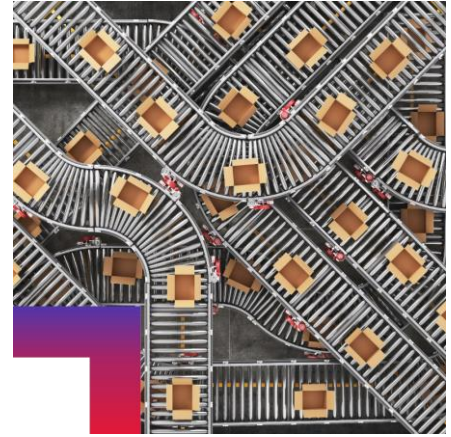
In 2016 was DPD in de woorden van directeur Eric Dietz een ‘fantastisch “can-do”-pionierend dozen-aflever-bedrijf’. De logistiek vervoerder was vooral sterk in het oplossen van problemen: ging er iets mis, dan zocht en vond DPD een oplossing. Dergelijke acties maakte het bedrijf (wederom in de woorden van Dietz) wereldkampioen brandjes blussen. Maar zou het niet beter zijn om kampioen brand vermijden te worden? Dat is immers beter voor de klant. Zodoende onderzocht DPD wat je nou aan gegevens (data) nodig hebt om die brandjes te vermijden.

## De uitdaging

Een voor DPD ongewone zoektocht startte. Want als je dozen schuift, heb je toch geen data nodig? Toch stortte DPD zich volledig op de data, vanuit de overtuiging dat goede data in combinatie met de ruimschoots aanwezig logistieke expertise tot mooie dingen kan leiden. De toenmalige applicaties waren echter aan het eind van hun levensduur en genereerden niet de data die DPD wilde. En zo kwam CGI in zicht.

## Ons antwoord

CGI moderniseerde het IT-landschap van DPD. Maar dat was slechts het begin. DPD wilde zoveel mogelijk relevante data verzamelen; daarnaast moest de organisatie leren hoe je het optimale uit die data kunt halen. Als je immers realtime alles van een pakje zou weten, en je kunt die data filteren zodat de lijnmanagers ééndimensionale besluiten kunnen nemen, dan ben je in de ultieme droom gekomen dat je in een gestandaardiseerd proces ieder pakje flexibel kunt behandelen. DPD wilde deze droom verwezenlijken en liet CGI een dataplatform bouwen, waarin alle data van DPD gestandaardiseerd



“CGI is de drijvende kracht achter onze innovaties”

Eric Dietz, directeur DPD Nederland



wordt. Je kunt dit platform vergelijken met een enorme bibliotheek, die door CGI zo is ingericht dat je precies weet naar welke etage je moet gaan en in welke sectie en in welke boekenkast je het boek vindt dat je zoekt.

## De koerswijziging

Met deze bibliotheek zou je iedere vraag moeten kunnen. Maar dan heb je ook rekenkracht nodig. En, zeker zo belangrijk, een team experts die snappen hoe je de formules opstelt om uit die enorme bak gegevens die inzichten te halen die je wilt. DPD startte voorzichtig, met drie econometristen en een paar boekenkasten aan data. Dat leverde echter al zoveel relevante informatie op dat het team werd uitgebreid. Er was zelfs binnen de DPD-organisatie sprake van een groeiende 'datahonger'. Waar eerst elk probleem opgelost werd door extra mensen in te zetten, zocht het logistieke bedrijf steeds vaker de oplossing in de data.

Dit 'datadenken' kreeg begin dit jaar vleugels toen data inderdaad de oplossing bood in de eerste 'Brexit'-weken. Door de Brexit moest DPD ineens bij elk pakje richting het Verenigd Koninkrijk aangeven wat erin zit, wat de commerciële waarde is, hoeveel in- en exportbelastingen hiervoor betaald moest worden, et cetera. Een digitale oplossing lag voor de hand, want zo'n 70.000 carbonpapiertjes per dag invullen is wat te veel van het goede.

De eerste dagen waren turbulent, waarbij gelukkig veel goed ging. Maar niet alles. Dat resulteerde in een unhappy flow met 50 root causes. Stuk voor stuk klein bier. Maar alles bij elkaar, door elkaar en zonder samenhang, was het toch echt vervelend. DPD zette het volledige datateam aan het werk, met alle data uit de bibliotheek. Binnen twee weken was er volledige transparantie op pakketniveau en wist DPD wat er moest worden veranderd; na een week of zes klonk het sein 'brand meester'. Sindsdien is de datahonger bij DPD onstilbaar. Aan de bibliotheek wordt steeds meer brondata toegevoegd, met nog betere analyses en betere voorspellingen als gevolg.

“Ben je bij de  
ultieme droom  
gekomen dat je in  
een  
gestandaardiseerd  
proces ieder pakje  
flexibel kunt  
behandelen. DPD  
wilde deze droom  
verwezenlijken en  
liet CGI een  
dataplatform  
bouwen.”

## Over CGI

CGI, opgericht in 1976, behoort tot de grootste IT en business consultancy bedrijven ter wereld. Wij werken op basis van inzichten en resultaat om het rendement van uw investeringen te maximaliseren. In 17 bedrijfstakken op 400 locaties wereldwijd bieden we uitgebreide, schaalbare en duurzame IT- en business consultancy diensten die wereldwijd beschikbaar worden gesteld en lokaal worden geleverd.

## Voor meer informatie

Bezoek [cginederland.com](http://cginederland.com)

Mail ons via [info.nl@cgi.com](mailto:info.nl@cgi.com)