

# Enterprise Content Management (ECM)

ECM ondersteunt het management van content, denk hierbij aan documenten, presentaties, video, etc. Binnen organisaties is het relatief ongestructureerde hoeveelheid elektronische documenten (of beter content) al snel fors. Een functionaliteit van een ECM is dat gegevens zonder lay-out (als platte tekst) kunnen worden ingevoerd, terwijl de gegevens worden gepresenteerd aan bezoekers met een lay-out door toepassing van sjablonen (E-forms). Een ECM is vooral van belang voor hergebruik van content, bevorderen van een gezamenlijk taxonomie e.d. De meeste grote bedrijven tegenwoordig een ECM waarbij SharePoint van Microsoft in Nederland een bekende en veel toegepaste is.

Alle elektronische informatie in eigendom of ontwikkeld door een organisatie dient te worden gestructureerd en gemanaged. Of het nu gaat om interne informatie, website-informatie, transactie-informatie en/ of gedeelde informatie. Content management omvat het managen van content in een geformaliseerd proces en het bieden van de mogelijkheid om content te hergebruiken en te herpositioneren afhankelijk van het gebruik en de gebruiker. Een CMS dient dit te ondersteunen.



Een CMS-systeem is voor een aantal doeleinden in te zetten. Momenteel wordt het publicatieproces voor portals en internetpagina's het meest toegepast. CMS-systemen moeten organisaties helpen met diverse vraagstukken:

- content wordt in diverse afdelingen ontwikkeld;
- brondocumenten zijn in diverse formaten aanwezig;
- content is niet geschikt gemaakt voor internet en social media kanalen;
- content is niet flexibel en limiteert daardoor hergebruik voor meerdere doeleinden;
- is een gecompliceerd en moeilijk publicatieproces;
- er zijn meerdere versies van documenten: welke versie is nu geldig?

De term ECM is waarschijnlijk afkomstig uit de marketingkoker van één van de vooraanstaande leveranciers in dit vakgebied. Het vakgebied is ontstaan toen document management systemen bredere oplossingen gingen aanbieden voor het beheren van ongestructureerde informatie, bijvoorbeeld voor het ontsluiten van deze informatie richting websites. Tegelijkertijd begonnen web content management leveranciers (voor het beheer van de informatie op een website) functionaliteit aan te bieden om documenten te beheren, waardoor de vakgebieden overlappend werden. Momenteel zijn de grote leveranciers bezig een zo breed mogelijke afdekking van de problematiek van ongestructureerde informatie aan te bieden. Dit gebeurt met name door het overnemen van kleinere leveranciers die specifieke oplossingen aanbieden voor een bepaald type ongestructureerde informatie (zie trend Crawlers) of voor bepaalde toepassingsgebieden (bijvoorbeeld het online kunnen samenwerken aan een document).

ECM is er primair op gericht om de levenscyclus van ongestructureerde informatie (van initiële creatie via bijvoorbeeld publicatie tot aan archivering en verwijdering) te ondersteunen. Belangrijke aspecten hierbij zijn het terugvinden van de betreffende informatie en het bewaken van de integriteit ervan.

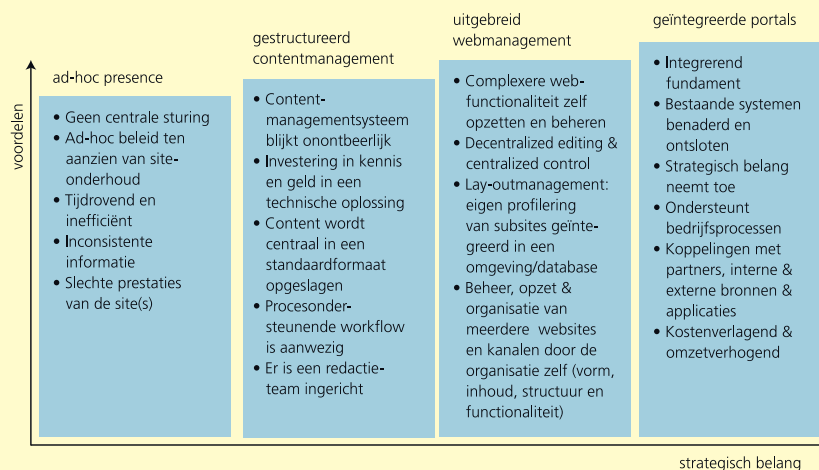
De terugvindbaarheid van content wordt onder andere geregeld door het toevoegen van metadata. Dit is informatie over de opgeslagen content. Veel voorkomende soorten van metadata zijn auteur, trefwoord en bijvoorbeeld creatiedatum. De meeste oplossingen voor ECM bieden ruime mogelijkheden om zelf de gewenste vormen van metadata te definiëren. Ook het aanbieden van geavanceerde zoekmogelijkheden behoort tot ECM.

Het bewaken van de integriteit van content gebeurt onder andere door het toepassen van versiebeheer, maar kan ook worden geregeld door de toegang tot bepaalde informatie te reguleren. Het toepassen van vooraf gedefinieerde processen om content te creëren (workflow) behoort ook tot de mogelijkheden.

2012/  
2013

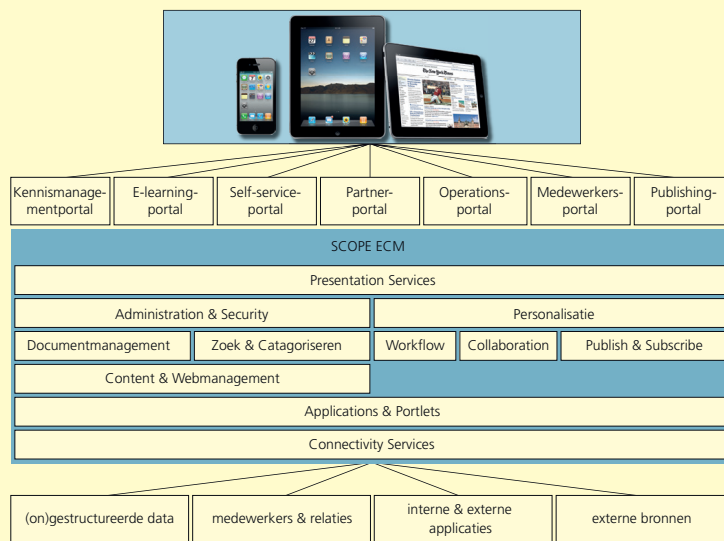
Meer dan de helft van de Nederlandse organisaties geeft aan gebruik te maken van ECM en zitten hiermee in de fase van gestructureerd content management. Momenteel werken met name telecom operators en handelsorganisaties met ECM-systemen. Deze branches werken aan de nieuwe fase, zoals in de onderstaande figuur te zien is. Maar zoals bij de trend portal al wordt geconstateerd, is er slechts beperkt sprake van geïntegreerde portals.

**Figuur 19**  
Evolutie van EMS



Deze trend wint steeds meer terrein als instrument om de exponentiële groei van content de baas te kunnen zijn, zeker nu Social Media is toegevoegd aan de content te managen. Aan de leverancierszijde zien wij momenteel een consolidatieslag. De leveranciers richten zich tevens op het verder uitbouwen van functionaliteit.

ECM kan voor veel verschillende doelstellingen worden ingezet. Vaak gaat het om het terugdringen van de papieren informatiestromen binnen een organisatie, soms over het voorkomen van het steeds opnieuw moeten maken van (kwijtgeraakte) informatie, soms om het versnellen van processen of het laten voldoen van processen aan wet- en regelgeving.



**Figuur 20**  
Conceptueel model  
van ECM


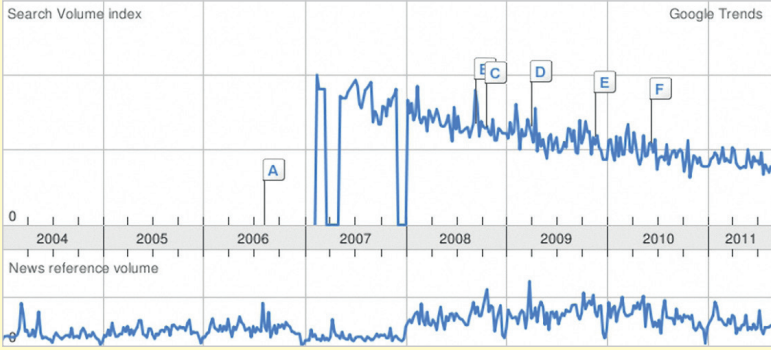


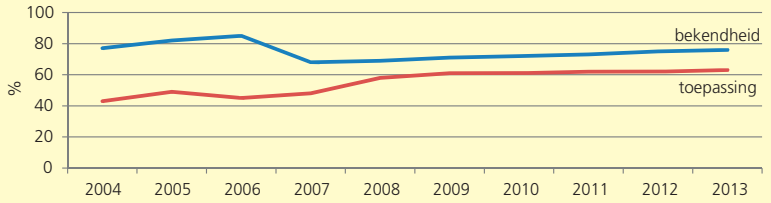

Dit laatste toepassingsgebied geldt bijvoorbeeld sterk voor de farmaceutische industrie, waar informatie over geneesmiddelen moet voldoen aan allerlei strenge eisen. Het implementeren van ECM in een organisatie kan helpen bij het afdwingen van de vereiste processen. Dit toepassingsgebied is nauw verweven met compliance (zie bijvoorbeeld de Sarbanes-Oxley wetgeving ten aanzien van vastlegging van gegevens). Ook in de financiële sector is dit een belangrijk thema bij het invoeren van ECM.

Uitgeverijen zetten ECM in om sneller en meer gerichte uitgeefproducten te maken. Multinationale ondernemingen zetten ECM in om medewerkers internationaal te laten samenwerken zonder dat daarbij fysiek reizen nodig is.



De organisatorische inrichting om content te managen en het publicatieproces goed in te richten is een belangrijke kostenpost. Bij de meeste organisaties zal ook de migratie van content en applicaties een behoorlijke kostenpost vormen. De kosten van het ECM-systeem zelf kunnen behoorlijk zijn, maar er zijn ook diverse goedkopere producten op de markt, die veelal gebaseerd zijn op open source en webservices.



4 r'en	Trend Scorecard voor ECM	Oordeel
<b>Research</b>	De voorganger van ECM is Content Management System (CMS). Dit is tevens de reden dat op de directe trend er niet meer gesproken kan worden van omvangrijke research investeringen. Andere research investeringen zoals Crawler / Analytical Search (zie eerder) zullen de trends zoals ECM op lange termijn voeden. In onderstaand figuur is zichtbaar dat de trend in 2007 startte maar vrijwel direct een teruglopende lijn kent. Dat heeft te maken met de directe relatie met CMS.	
<b>Rumours</b>	<p>De rumours is dalende als ook het zoekvolume naar de trend. Dit is zichtbaar in onderstaand grafiek vanaf 2007. Nieuwe evenementen hebben vooral betrekking op nieuwe releases danwel herpositionering in de leveranciers quadranten. Het laatste nieuws uit 2010 (F) betreft een nieuwe release van ECM vanuit Oracle.</p> 	
<b>Resources</b>	Op ECM gebied is afdoende kennis en expertise aanwezig op de CRM 'resource' markt. De trainingen e.d. zijn volop aanwezig.	
<b>Ready for business</b>	<p>In het figuur van mate van toepassing is zichtbaar dat rond 2007 de trend CMS werd vervangen door ECM. Doordat het achterliggend concept grotendeels vergelijkbaar is heeft dat nog steeds invloed op de mate van bekendheid. De mate van toepassing is echter doorgestegen.</p> 	
<b>Oordeel</b>	Wij positioneren ECM als cash cow gebaseerd op bovenstaande argumentatie.	