

Der kommer cookies i FM

Af: Karina Lykkegaard, DFM netværk

Vi er en branche, som er rigtig glad for data. Vi er sikre i sagen, når vi taler om hård FM – det er ting vi kan se, veje og måle. Vi kan forholde os til forbrug af strøm, prisen på en renovering eller rengøring pr. M². Det kan vi fordi vi har data på det, og er stive i den disciplin. Når vi kommer over i blød FM, afløses vores selvsikkerhed ofte med fornemmelser erfaring og holdninger. Vi mangler data, for det er svært at måle og veje brugernes adfærd og præferencer - eller er det?

Det er her IoT kommer ind i billedet. Bølgen af Big Data / Internet of Things (IoT) er over os og denne teknologiske revolution vil FM mærke på fuld styrke og kunne udnytte til vores fordel – hvis vi er i stand til at se potentialet.

Oplevelsen for brugeren er essentiel

For den skaber tilfredshed. Hos Nordea, arbejder de i deres FM afdeling ud fra begrebet "Work Journey", som er den rejse brugeren er på en almindelig arbejdsdag. Her kigger man på den oplevelse brugeren af huset har af de forskellige "touch points" eller servicestationer, som brugeren er i kontakt med i løbet af en arbejdsdag. De har målt på tilfredsheden med den service FM leverer og har holdt det op imod brugernes generelle tilfredshed i løbet af arbejdsdagen. Det har genereret data, som kan understøtte en målrettet indsats for at brugeren får den service de har brug for på det rette sted på det rette tidspunkt. Det er her, det bliver rigtig interessant: Er vi i stand til at få vores "devices" til at spille sammen, vil der næsten ingen begrænsninger være, for hvad vi kan.

"Der er kommet mange nye muligheder for at udvikle FM i den digitale retning, der produceres utrolig meget data, men det er kun en lille brøkdels, som omdannes til viden, som omdannes til værdi for organisationen"



En del af Årskonferencen var dedikeret til at komme ind på begrebet Big Data i forhold til FM. Hvordan man kan komme i gang med at arbejde med Big Data, hvad man skal være opmærksom på og hvilke overvejelser, man skal tage. Vi havde inviteret en række eksperter på området, som gav deres input. Og i kraft af 2 cases, delte Bispebjerg & Frederiksberg Hospital og DTU ud af deres erfaringer med at arbejde med Big Data.

Uden Big Data kan FM målene ikke nås. Mener de på Bispebjerg og Frederiksberg Hospital. Her er de i øjeblikket i gang med et pilotprojekt på 2 afdelinger, hvor de via 7 tags sporer medarbejderens bevægelser. Det gør de fordi de skal bruge oplysningerne til at indrette det nye hospital, så rammerne understøtter de daglige arbejdsgange, optimering af rengøring, lokale anvendelse samt reduktion af tid på at lede efter kolleger eller udstyr. [Se mere om projektet her](#)

På DTU har man lavet et spektakulært eksperiment, hvor man har udstyret 1000 studerende med smartphones mod at de donerer deres data til forsøget. De enorme mængder data viser et mønster i de studerendes adfærd og færden og forskerne har fået et indblik i, hvor meget man egentlig kan finde ud af om et enkelt menneske. [Læs mere om eksperimentet her](#)

Det var utrolig spændende at høre om de teknologiske landvindinger der allerede er sket, og fremtiden byder på mange nye muligheder. Men hvad med etikken? Der er nok flere, der føler skepsis, når talen falder på Big Data. Er det ikke bare en metode til at snage i medarbejdernes gøren og laden, eller en måde at tjene penge på med ufine metoder? Man skal i hvert fald træde varsomt, og behandle data med omhu og respekt, da den data, man analyserer, kan have stor værdi for både personer og virksomheder.

Det er naivt at tro, Big data kan løse stort set alle problemer. Udvikler man de metoder, der skal til, for at få mening ud af de enorme mængder af data og arbejder man med data som en proces. Er man kommet et godt stykke af vejen, var nogle af de mange gode råd, som vi fik med hjem fra vores indlægsholdere på konferencen.

Den virksomhed, som formår at omdanne data til viden, der kan skabe værdi, vil være foran og vil være rigtig godt rustet til fremtiden. Vi har allerede et væld af devices, som kan alle mulige ting: Fx digital optimering af kontor arealer, fejlrapportering via QR koder, BIM, Virtuelle møder, elektronisk bookning af mødelokaler, adgangskontrol, intelligente skriveborde blot for at nævne et par stykker ...

Tænk, hvis de kunne kobles sammen og udveksle informationer direkte med hinanden? Når vi finder det rette værktøj til at sammenkæde dem og få dem til at spille sammen, er vi i stand til at skabe personalisering og relevans, som i sidste ende skaber værdi. Her er FM en vigtig medspiller for forretningen, for der er grænser, som vi ikke skal overskride (og en god portion etik) det er viden FM sidder inde med, for det er i sidste ende os, der kender husets brugere bedst og derfor er FM den rigtige sparringspartner for direktionen.

