

Beyond the browser: tastbare digitalisering

“Veel partijen praten erover, maar komen niet verder dan mooie powerpoints. Wij daarentegen maken digitalisering tastbaar.” Arnoud Martens en Marc-Paul Brandt, CEO respectievelijk CCO van digital agency Valtech Nederland, leggen uit wat hun onderneming kan ‘beyond the browser’.

■ Internationaal zakendoen ■ Digitalisering ■ Online-strategie ■ Technologie ■ Innovatie

“Je ziet in de markt, vooral bij grote internationale bedrijven, dat de vraag naar digitale diensten consolideert. Voorheen werd in de afzonderlijke landen vaak met lokale bureaus gewerkt. Tegenwoordig wil men alle landen door één bureau laten bedienen, maar dan wel dusdanig dat er rekening wordt gehouden met de lokale gebruiken en behoeften. Wij wilden ook op die trein springen, maar zagen te veel projecten door onze vingers glippen.” Marc-Paul Brandt doelt met ‘wij’ op het Nederlandse bedrijf eFocus, een zogeheten full service digital agency. In 2000 stond hij aan de wieg van het bedrijf. In 2014 besloot het management van eFocus, toentertijd runner-up in zijn marktsegment, na rijpe overwegingen aansluiting te zoeken bij een groot internationaal bureau. Dat werd na een intensieve zoektocht in de zomer van 2016 het global agency Valtech, met hoofdkantoor in Londen. Een gigant met 36 vestigingen in alle werelddelen, ruim 2300 werknemers (goed 200 daarvan in Nederland) en een omzet van ruim 200 miljoen euro.

Sprong

In Valtech-verband kunnen Brandt en Martens de gewenste internationalisering realiseren. Dus naast lokale activiteiten ook in internationaal verband opereren. Tevens kan er technologisch een versnelde sprong vooruit worden gemaakt. Martens: “Ons doel is het helpen van organisaties met middelen en inzichten om digitaal hun business te ondersteunen en te transformeren. Digitaal biedt kansen op nieuwe markten en producten, maar ook nieuwe en verbeterde werkwijzen. Neem bijvoorbeeld een grote internationale bierbrouwer. We hebben een bestelportal à la Bol.com ontwikkeld. Wereldwijd alle door deze brouwer bele-

verde kroegen zijn daarop aangesloten. Dat an sich is nog niet zo spannend, maar wat het wel bijzonder maakt, is dat we daarmee ook de logistiek van dit bedrijf hebben kunnen streamlijnen. Internationaal worden er allerlei verschillende pallets, containers en fusten gebruikt, wat het bestelproces bemoeilijkt. Dat hebben we tegelijk aangepakt. Wij leveren daarvoor de logica en bedenken oplossingen voor de complexiteit van dit deel van de distributie van deze brouwer.”

Beyond the browser

Een ander voorbeeld van de grotere reach van Valtech komt uit de scheepvaart. Voor een vooraanstaande Engelse leverancier van onder andere scheepsmotoren wordt een toepassing ontwikkeld om onbemande schepen op de Noordzee te laten varen. Martens: “Wij maken de interface voor het commandocentrum. Onbemand op het schip betekent natuurlijk wel dat er ergens in een control room op de vaste wal gemonitord en bestuurd moet worden. Daar is een heleboel data voor nodig. Sensoren voor windsnelheid, stroming, diepgang, schepen in de buurt, noem maar op. Dat moet allemaal realtime verwerkt en geïnterpreteerd worden.”

Brandt vult aan: “Dit past naadloos in ons centrale thema ‘beyond the browser’. Webshops en websites maken we nog steeds, vaak heel mooie platformen, maar dit gaat veel verder. Hoe koppel je die data uit de verschillende touchpoints aan elkaar en realiseer je meerwaarde, dáár gaat het om. Wij ontwikkelen voor bedrijven producten en diensten die gebruikers raken en die ze toepassen. Smart data spelen daarin een hoofdrol; van data informatie maken en daarmee processen optimaliseren en de sturing van



Arnoud Martens en Marc-Paul Brandt

‘Hoe realiseer je meerwaarde, dáár gaat het om’

een organisatie verbeteren. Hiermee lopen we in Nederland echt voorop en daar hebben we onze digitalmarketingsservices op gegrond. Met die services automatiseren we processen en we zetten daarbij ook consulting in. Slimme mensen van ons die de juiste combinaties maken en patronen ontdekken. Eén en één is drie: zo maak je van data informatie en ga je één abstractie hoger. Die kennis en ervaring hebben we in een template gegoten die we ook in andere segmenten kunnen uitrollen. We worden slimmer en automatiseren ons zelf zo ook steeds verder.”

PowerPoint-club

De scope voor Valtech Nederland is dus aanzienlijk breder geworden. De term ‘full service digital agency’ wordt duidelijk

voller. Digitalisering krijgt van het bureau handen en voeten. Martens: “Er wordt heel veel gepraat over digitalisering, ontwikkelen van businessmodellen en wat dies meer zij. We zijn echter geen PowerPoint-club; we maken digitalisering juist tastbaar. Dáárin zit ons onderscheidende vermogen. Ook voice wordt hierbij steeds belangrijker. Zo ontwikkelen we voor de grootste bank in Canada een spraakapplicatie. Daarmee kun je via Google geldtransacties doen. Pratend geld overmaken of je saldo opvragen. De hardware is er al; het gaat er nu om voor je eindgebruiker interessante toepassingen te ontwikkelen. Kortom, het hem zo makkelijk mogelijk te maken.”

