

Technologiegeleid en datagedreven

BINNEN TIEN JAAR MOET ELK BEDRIJF TECHNOLOGIEGELEID EN DATAGEDREVEN ZIJN, ANDERS VERLIEST HET BESTAANSRECHT. OM DAT TE BEREIKEN REIKT SPARKOPTIMUS EEN UNIEKE INTEGRALE AANPAK AAN DIE OOK DE NOODZAKELIJKE IMPLEMENTATIE VAN DE VERANDERTRAJECTEN OMVAT. DIRECTEUREN ALEXANDRA JANKOVICH EN TOM VOSKES LEGGEN UIT.

ALEXANDRA JANKOVICH EN TOM VOSKES



SparkOptimus heeft zich dit jaar wederom in de bovenste regionen van de categorie ‘consultants e-businessdiensten’ in de Emerce 100-lijst geïmplementeerd. Grote kracht is de integrale aanpak. Jankovich: “We zijn niet alleen consultants, maar ook *hands-on business builders* in tijden van digitale transformatie en disruptie. Vooral in de executie en implementatie hebben wij met afstand de meeste ervaring en het grootste gedachtegoed. We zijn al sinds 2010 op dit werkveld actief en voeren per jaar ongeveer 160 opdrachten uit. Dat levert een schat aan ervaring en kennis op. We zijn in onze projecten altijd gefocust op het opbouwen van de business van een klant. We identificeren samen met onze klanten wat de doelstellingen zijn en zetten het dan gezamenlijk op. Dat gaat over klantpropositie – de klant staat altijd centraal – en dit vertalen we dan naar technologie en organisatie. Dit is onze integrale aanpak. We zien vaak een *skills gap* die we dichtend door op te leiden. Hetzij in de context van een project bij de klant, hetzij in een van de masterclasses of trainingsprogramma’s van onze academy, waar we uiteraard ook onze eigen consultants intensief opleiden.”

DATA EN ANALYTICS

Het besef dat data een hoeksteen is in de digitale transformatie en daarmee onontbeerlijk voor een toekomstvaste bedrijfsvoering begint inmiddels breder door te breken. Daar spint SparkOptimus de komende jaren garen bij. Voskes: “We zijn al vanaf ons ontstaan met data en analytics bezig. Digitaal werken impliceert altijd omgaan met grote hoeveelheden data en daar via analytics waardevolle informatie van maken waarmee een bijdrage kan

‘Wij zijn in onze projecten altijd gefocust op de business van de klant’

worden geleverd aan een betere bedrijfsvoering. Digitale processen zijn inherent datagedreven processen. Als je over tien jaar niet een technologiegeleid en datagedreven bedrijf bent, heb je geen bestaansrecht meer. Nu voldoet pas ongeveer 10% van alle bedrijfsvoering aan dit credo. Wij helpen dit te ontwikkelen zodat bedrijven de 21e eeuw goed door kunnen komen. Daar zit voor ons veel groeipotentieel, zowel in Nederland als daarbuiten.”

OPERATIONALISEREN

Voskes vervolgt: “Wat we nu zien, is dat het bedrijven op kleine schaal wel lukt om met die data waarde te creëren. Maar om dat structureel in de organisatie te operationaliseren is nog een brug te ver. Daar komen wij in actie; dat is nou precies waar wij goed in zijn. Waar het om gaat is dat de mensen in de business iets zinnigs met die data doen. Hoe krijg je in de business uiteindelijk een snel, agile, datagedreven besluitvormingsproces gevestigd. Voor deze transformaties worden wij steeds vaker gevraagd. Wij kunnen vanuit onze roots zo een veel groter terrein bestrijken en dat is een belangrijke aanjager voor onze omzetgroei; het ziet er daarom voor ons de komende jaren florisant uit.”

MAKE DISRUPTION WORK

SparkOptimus is inmiddels gegroeid naar ongeveer honderd consultants. Het gros werkt nog op het hoofdkantoor in Amsterdam, maar het bedrijf is inmiddels ook bezig met het opzetten van vestigingen in Londen, Düsseldorf en Zürich. Dat is geheel in lijn met het feit dat driekwart van de opdrachten buiten Nederland c.q. Europa wordt gerealiseerd. Ook internationaal bestaat veel waardering voor de aanpak van SparkOptimus. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de vraag van gerenommeerde internationale business schools als IMD en INSEAD, die SparkOptimus hebben gevraagd om hun curricula aan te vullen.

Een ander groot succes van SparkOptimus is het vorig jaar april in het Rijksmuseum gepresenteerde standaardwerk ‘Make disruption work’. Dit boek met veel praktijkvoorbeelden werd door het Nederlandse en internationale bedrijfsleven direct omarmd. Vanwege de leesbaarheid en praktische toepasbaarheid werd het veelvuldig geprezen, onder andere door de CEO’s van Rabobank, Unilever en Heineken.

Een van de best verkochte boeken op Managementboek.nl, een regelrechte bestseller. Duitse en Nederlandse vertalingen komen binnenkort beschikbaar. Met name de in de praktijk opgedane inzichten en vormen van aanpak inspireren en zetten aan tot actie. Jankovich: “Een groter blijk van waardering is nauwelijks denkbaar. We geven hiermee veel kennis weg en vinden het ook belangrijk om die te delen met een grote groep. Zo kunnen we, zoals een van onze lezers het formuleerde, een gemeenschappelijke taal creëren rond dit thema.”



* **THEMA'S**

DIGITAL

NEUTECH

BUSINESS

DATADRIVEN

MAKE DISRUPTION WORK