



TACO EKKEL EN MATHIJS KADIJK

# Tech door en voor mensen

TECHNOLOGIE IS TE VAAK EEN BEPERKENDE FACTOR VOOR BEDRIJVEN, VINDEN TACO EKKEL EN MATHIJS KADIJK, PARTNERS VAN HET TWINTIGJARIGE Q42. "EEN MOOI TECHNISCH MOTORTJE MAKEN WAAR JE INNOVATIE MEE VERSNELT ÉN EINDGEBRUIKERS MEE VERBAAST. DAT IS WAT WIJ GRAAG DOEN."

Taco: "Vanuit het experimenteren met webtechnologie en het bouwen van websites zijn we in twintig jaar uitgegroeid tot een technisch-strategische partner. We maken digitale producten die de complexe logistiek van een organisatie bundelen tot een kernachtige, simpele app of andere toepassing. Die apps bouwen we op een onderliggend technologieplatform dat je bedrijfsstrategie ondersteunt en versnelt. Kort gezegd: wij fixen de digitale kern van je bedrijf. De eindgebruikers van je product zijn daarbij voor ons een rode draad, omdat uiteindelijk zij het succes van je onderneming bepalen."

## DIGITALE PRODUCTEN MET IMPACT

Vanuit Amsterdam en Den Haag bedenkt én maakt strategisch techbureau Q42 digitale producten met impact. Zoals apps, websites, connected devices, games, voice assistants en AI- en VR-toepassingen. Zo'n tachtig developers werken voor klanten als Philips Hue, Hema en de Efteling.

## VERBEELDENE TECHNIEK

Mathijs: "Hoe techniek een verbeeldende rol kan spelen zie je bij onze klanten. Bijvoorbeeld toen we de Rijksmuseum-website opnieuw gingen bedenken. Vooraf hadden we samen een gedurfde visie: het museum mag online nóg beter zijn dan in het echt. Technologie speelde daarbij een bepalende rol. Toch is technologie voor ons nooit een doel op zich. De afgelopen twintig jaar hebben ons vooral geleerd: wanneer je technologie verbindt met mensen, ontstaat echt wat bijzonders. Zo hebben we voor de Volkskrant de Editie gebouwd, de appversie van de krant. Die ontwikkelden we voor de lezer, maar er zitten natuurlijk ook redacteurs achter. Zij willen de digitale krant eenvoudig kunnen opmaken. De sleutel is dat je hen óók als eindgebruiker beschouwt. Door op de redactievloer naast de redacteur te gaan zitten en te vragen of zij de proefversie eens wil invullen. Al snel viel op dat de redacteur maar blééf kopiëren en plakken. 'Daar kunnen we een knopje voor maken', roepen wij dan. Hands-on fixen dus. Zo ontwerpen we samen een product dat fijn is in het gebruik. Hiervoor werken we samen met ontwerpers van grote organisaties, maar ook met designbureaus als Fabrique, Hike One, Morrow en Momkai."

## STRATEGIE, MAAR DAN PRAKTISCH

Mathijs vervolgt: “Om de maand organiseren we een usabilitytest door gebruikers uit te nodigen en ze onze apps en sites voor te leggen. Met laagdrempelige speeddates ontdekken we wat wel of juist niet functioneert. Een praktische benadering die direct laat zien hoe mensen het product gebruiken en of dat klopt met de strategie.”

Taco: “Diezelfde praktische benadering passen we ook op schaal toe door grote organisaties te helpen om systematisch te innoveren. Zo hebben we met KLM een innovatieprogramma neergezet waarin we elke paar maanden met de crew operationele verbeteringen rondom het vliegtuig en vliegveld verzinnen, testen én doorvoeren. We brengen technologie, tools en apps in voor het bedenken, maken en valideren van die oplossingen, bijvoorbeeld het verkorten van de tijdsduur tussen aankomst en vertrek van een vliegtuig. Die aanpak levert heel snel resultaat op.”

## CONTINU INNOVEREN

“We nemen ook zélf het initiatief in vernieuwen. Twee Q'ers hebben onlangs uitgezocht hoe de bestaande PostNL-app kan worden uitgebreid met een Instant App. Daarmee bied je Android-gebruikers een app-ervaring zonder dat zij de app daadwerkelijk hoeven te downloaden. Door een klein prototype te bouwen konden onze developers de product owner ervan overtuigen dat dit waard was om in te investeren. Als je nu een mailtje krijgt over de status van je pakketje en je hebt de PostNL-app niet, dan is de gebruikerservaring veel beter dan die van een mobiele site. Ook is de drempel om de echte app te installeren lager. Resultaat: het aantal geïnstalleerde apps is gegroeid met twintig procent. Deze vorm van continu experimenteren en vernieuwen is mogelijk doordat we een robuust en flexibel

platform hebben neergezet en we onze engineers de ruimte geven om eigen ideeën te realiseren.”

## GEREEDSCHAPSKIST VOL TECHNOLOGIE

“We zien dat er steeds meer technologieën bij komen. Op dit moment zijn dat met name voice en AI. De kernvraag is wanneer en op welke manier die technieken voor een organisatie van belang worden. Een producent van huishoudelijke apparaten moet weten dat voice al kan. En als je commerciële online-diensten of producten hebt, is het belangrijk om te kijken wat je nú kunt doen met AI. Omdat we bij Q42 veel verschillende technologieën en (cloud)platforms gebruiken, kunnen we die inschatting onbevooroordeeld maken. We zien het echt als gereedschapskist: wij zoeken altijd de technologie die het best bij de vraag past.”



**‘Het succes van je bedrijf valt en staat met de eindgebruiker’**

