

MARK BLOCKHUYS EN ROY MACHIELSEN EN HUN TEAM

Van project naar product

IN 2019 HEBBEN ROY MACHIELSEN EN MARK BLOCKHUYS DE LEIDING VAN OSUDIO OP ZICH GENOMEN. HUN KLANTBENADERING IS PROACTIEVER EN ASSERTIEVER GEWORDEN: NIET ALLEEN PRATEN ZE MEE OVER IT-OPLOSSINGEN, MAAR OOK OVER DE BEDRIJFSSTRATEGIE, HET RENDEMENT EN DE VERWACHTINGEN VAN GEBRUIKERS.

Droeg Osudio voorheen attributen aan waarmee klanten zelf voor succes moesten zorgen, nu is er een totaal andere manier van werken. “Of je tien jaar geleden een webshop opleverde, of nu – dat is echt dag en nacht verschil”, constateert Mark Blockhuys. “Wij vinden echter dat kwaliteit een hygiëne-factor zou moeten zijn. Daarom hebben wij in onze bedrijfsvoering twee lagen toegevoegd. Een operationele laag die stelt dat we klanten moeten helpen om zich veel bewuster te zijn van cijfers, van KPI's, van resultaten en data die daaruit komen. En een strategische laag die klanten vraagt of ze hun organisatie goed hebben ingericht, en of hun doelen haalbaar zijn.”

‘We vinden dat we pas succesvol zijn als de klant succes heeft met ons product’

UITDAGINGEN BIEDEN

Dat strategisch advies voor klanten steeds belangrijker wordt, maakt Osudio ook aantrekkelijker voor het steeds schaarsere IT-talent. “We kunnen hun de grotere uitdaging en impact bieden die ze zoeken”, aldus Machielsens. “We krijgen nu medewerkers binnen die vanaf de eerste dag dat ze in een project meelopen aan de klant vragen wat ‘succes’ inhoudt. Klanten waarderen die betrokkenheid. Voor klanten gaat dat vaak om financiële resultaten, maar ook om de beoogde doelgroep, de boodschap en de doelstellingen. Zelf nemen we de klant vanaf dag één mee in wat wij beschouwen als de voorwaarden voor succes. Daarbij gaat het om balans tussen de eindklant, de technologie en de vraag hoe de business een succes van ons product maakt.”

Blockhuys: “Vroeger vonden we dat we succes hadden als we een project succesvol hadden opgeleverd. Nu vinden we dat we pas succesvol zijn als de klant succes heeft met ons product.”

VERTROUWEN OPBOUWEN

Blockhuys: “We nemen de klant bij de hand met technieken als *event storming* en *evolutio-*

nary architecture en stellen gezamenlijk een roadmap met doelen op die we tijdens het project meten en waarop we bijsturen.”

“We nemen daar meer de regie in, samen met de klant”, aldus Machielsens. “Je bouwt gaandeweg vertrouwen op. Medewerkers uit verschillende disciplines helpen mee om het digitale product succesvol naar de eindklant uit te rollen. Ze meten, verzamelen inzichten en zijn continu bezig om samen met onze klant verbeteringen door te voeren. Voor onze medewerkers wordt het werk daarmee leuker en interessanter. Ze zijn trots op wat ze hebben bereikt met ‘hun’ shop.”

