

THEFACTOR.E

THEMA: HUMAN FIRST DIGITAL

Techniek maakt alles mogelijk, maar mensen maken het verschil. “Online bezoekers, klanten, medewerkers: hun unieke gedrag bepaalt hoe relevant een bedrijf is in haar online dienstverlening”, zegt Harald Middel, directeur strategie & design van theFactor.e. “Online succes begint met goed gebruikersonderzoek. Onze aanpak levert unieke inzichten op, zodat onze opdrachtgevers meer begrip en feeling voor hun doelgroepen krijgen. Dat is een belangrijke voorwaarde om de relatie met eindgebruikers te verdiepen en hen langdurig te binden. Online is niet anders dan fysiek contact: wie goed doet, goed ontmoet.”

TheFactor.e is in staat technisch en strategisch complexe integratievraagstukken op te lossen én terug te brengen tot overzichtelijke en haalbare stappen. “Een digitale transformatie is óók mensenwerk”, zegt Middel. “Als je nieuwe toepassingen introduceert, moeten je mensen daar wel mee uit de voeten kunnen. We checken altijd of onze opdrachtgever de juiste vaardigheden in huis heeft. Indien nodig helpen we teams op gestructureerde wijze een leercurve te maken. Van idee tot implementatie: onze werkwijze zorgt ervoor dat het hele proces solide en zonder teleurstellingen wordt doorlopen, zodat onze opdrachtgevers hun doelen en ambities daadwerkelijk realiseren. Dit geeft opdrachtgevers vertrouwen: in zichzelf, maar ook in ons. We zien dit terug in een hoge klanttevredenheid en langdurige partnerships. Voor ons is er niets mooiers dan bij te dragen aan het online gemak van ‘oude’ eindgebruikers en de creativiteit van geïnspireerde opdrachtgevers. Daar worden we als gedreven en toegewijde professionals oprecht gelukkig van.”



[WWW.TFE.NL](http://www.tfe.nl)



TIAS SCHOOL FOR BUSINESS AND SOCIETY

THEMA: OPLEIDER IN E-BUSINESS

“Waarom ben ik relevant en waarom ben ik over drie jaar nog steeds relevant?” Dist is volgens Prof. dr. Toni Sfirtsis de cruciale vraag die ondernemingen zichzelf moeten stellen om hun continuïteit te waarborgen.

Volgens de prof, expert op het gebied van Strategic Innovation & Future Leadership en Associate Professor bij TIAS School for Business and Society, vervult e-business een sleutelrol bij het beantwoorden van die vraag. Toni Sfirtsis: “Huidige technologische ontwikkelingen, zoals Big Data en AI, zorgen dat de klant steeds beter is geïnformeerd en via meerdere kanalen toegang heeft tot alle mogelijke diensten. Maar ook dat ondernemingen beter zicht hebben op wat de klant wil op welk moment. Als gevolg daarvan wordt de e-business-based interface tussen klant en onderneming, steeds meer de plek waar de uiteindelijke klantbeleving plaatsvindt. De ultieme uitdaging? Hoe creëer je een experience die de klant uitnodigt terug te komen?”



Kennis direct toepasbaar

“Het antwoord van TIAS op die vraag: in een wereld die steeds sneller verandert, zul je de wereld, de ‘society’, naar binnen moeten halen en je organisatie daarop inrichten. Vanuit die visie worden alle TIAS-programma’s vormgegeven. Dat betekent dat de kennis die we delen direct toepasbaar moet zijn. Al onze docenten staan naast hun academische carrière daarom met één been in de praktijk. Zo ontstaat een combinatie van up-to-date wetenschappelijke kennis met talrijke praktijkvoorbeelden en casuïstiek waarmee je de volgende dag direct impact kunt hebben. Volgens deelnemers hét argument om voor TIAS te kiezen.”

Technologische kansen benutten

“Wil jij bijdragen aan de relevantie van jouw organisatie en technologische kansen optimaal benutten? Bekijk dan online (<https://www.tias.edu/opleidingen/vind-een-opleiding>) de opleidingen van TIAS School for Business and Society op het gebied van Innovatie, Transformatie & Verandering en Informatiemanagement & Technologie.“

[WWW.TIAS.EDU](http://www.tias.edu)