

WOUTER GOEDKOOP EN EGBERT HENDRIKS

WERELDWIJDE EXPERTISE IN LOKALE CONTEXT

AL BIJNA DERTIG JAAR VERTROUWEN BEDRIJVEN OP DE KENNIS EN EXPERTISE VAN EPAM VOOR SOFTWARE-ENGINEERING, PRODUCTDESIGN EN, STEEDS VAKER, ONDERSTEUNING VAN HUN DIGITALE TRANSFORMATIE. UNIEK ZIJN ONDER MEER DE STERKE KLANT- EN RESULTAATGERICHTHEID EN DE BESCHIKBAARHEID VAN TALENT UIT DE HELE WERELD VOOR LOKALE PROJECTEN.

“Onze klanten zijn heel loyaal”, zegt senior director business development Egbert Hendriks. SAP en Liberty Global, het moederbedrijf van VodafoneZiggo, zijn voorbeelden van bedrijven waar EPAM Systems al jarenlang voor werkt. In de jaren negentig was SAP een van de eerste klanten en is dat altijd gebleven. “Wij helpen hen al 26 jaar bij het bouwen van hun beste softwareproducten en implementeren deze producten voor verschillende klanten wereldwijd”, aldus senior director digital engagement Wouter Goedkoop. “Daarna volgden diverse andere internationale platformbedrijven die we hebben geholpen met hun softwareproducten en onlinediensten. Vanuit die expertise helpen wij bedrijven uit verschillende industrieën met hun transformatie.” Dit voorbeeld laat goed zien waar de wor-

tels van EPAM liggen. “Software-engineering zit in ons DNA”, aldus Hendriks. “Wij focussen ons graag op het maken van mooie waardevolle toepassingen, echt vanuit de techniek.”

Tegenwoordig is de propositie heel breed en bestrijkt die het hele spectrum van digitalisering, toegespitst op de uitvoering. “Voor businessconsultancy, digital marketing, UX-design en customer journeys tot aan de harde IT-kant weten klanten ons te vinden. Met dank aan ons DNA zijn we veel technischer dan marketingbureaus.”

Bedrijven die een strategische koers hebben bepaald en op hoofdlijnen weten welke richting de juiste is, schakelen EPAM in om dat in praktijk waar te maken. “Wij begrijpen de strategie en welke exercitie daaraan voorafging en vertalen >





‘WIJ FOCUSSEN ONS
OP HET MAKEN VAN
MOOIE WAARDEVOLLE
TOEPASSINGEN,
ECHT VANUIT DE
TECHNIEK’

> die naar wat er de komende vijf jaar echt gaat gebeuren.” Projectvoorbeelden zijn een app met loyaltyprogramma voor VodafoneZiggo, en versterking van Bacardi als consumentenmerk.

FORSE GROEI

Loyaliteit spreekt verder uit het feit dat klanten vaak via via komen, bijvoorbeeld als iemand elders gaat werken en dan namens de nieuwe werkgever aanklopt bij EPAM, soms zelfs meer dan eens, zoals Hendriks onlangs meemaakte.

Goedkoop: “Op deze manier zijn wij er de afgelopen jaren in geslaagd om 20 tot 30% te groeien, in omzet en aantal medewerkers.” Een deel van de groei is het gevolg van overnames. Zo zijn digitaalmarketingbureau Emakina en dataconsultant Just-BI sinds vorig jaar deel van EPAM. Mede dankzij deze overnames nam het aantal werknemers in de Benelux toe tot meer dan negenhonderd. Wereldwijd zijn dat er inmiddels bijna zestigduizend.

Bakermat is de Verenigde Staten, waar het bedrijf, opgericht in 1993, beursgenoteerd is. EPAM heeft kantoren in meer dan veertig landen, waarvan EPAM Nederland sinds 2013 een van de snelst groeiende hubs is. De ambitie is om een internationale hub te zijn voor een mondiale cultuur, diversiteit en kennisdeling. Goedkoop: “Daarom speelt het een cruciale rol in onze groeiplannen, vooral als het gaat om de groei van onze experience, engineering en datacapaciteiten.”

Overnames zoals die van Emakina en Just-BI voegen waarde toe aan het geheel, gaat hij verder. “We kiezen bedrijven die net als wij een ondernemende cultuur hebben en zich sterk richten op vakmanschap. Vrijwel iedereen heeft diepe expertise in een onderwerp.”

GLOBAAL NETWERK

De investering in eigen platformen en organisatiestructuur, waardoor het op schaal kan opereren en traditionele silo’s kan afbreken, maakt EPAM uniek. Collega’s kunnen eenvoudig contact leggen met experts in andere

landen om vragen van klanten te beantwoorden, vertelt Hendriks. Dat kan zijn vanwege de expertise in een bepaalde bedrijfstak, zoals retail, of om de inhoudelijke expertise. “Ik heb online realtime inzicht in de kennis en vaardigheden van alle medewerkers wereldwijd, inclusief hun beschikbaarheid. Een expert in bijvoorbeeld Python is dankzij ons systeem zo gevonden.” Goedkoop ziet dat collega’s onderling ervaringen uitwisselen en zo hun kennis verder aanscherpen. “Zo ontstaan *value creation networks*.”

Klanten weten dat ze dankzij de globale structuur bij projecten altijd ondersteuning krijgen van de beste experts. Collega’s die de cultuur in het land van de klant kennen zorgen voor de lokale inbedding en context voor de projecten. Het komt de uitvoering ten goede. Dat past uitstekend bij de sterke klant-resultaatgerichtheid die EPAM kenmerkt, merkt hij op, een factor die ook bijdraagt aan de loyaliteit. “Wij verplaatsen ons in de klanten van onze klant. We leveren een product waar zij ons op mogen afrekenen; dat gaat veel verder dan detacheren of het afsluiten van een SLA. We doen ook projecten op basis van performance en delen zo het risico én het succes. Dat is een van de unieke aspecten van EPAM.” <



Meer
informatie