

JORDY LISSENBURG, WENDY LAFARRE, RENS ALKEMADE EN NIENKE VONK

KOM TOT DE ESSENTIE VAN JOUW DIGITALE DIENST

HAAL DE 55 DIGITALE TALENTEN UIT FRESHHEADS EN ER BLIJFT NIETS VAN HET TILBURGSE BUREAU OVER. STUK VOOR STUK GAAN 'DE HEADS' COMPLEET LOS OP DE INHOUD, EN BRENGEN ZE ELKE DIGITALE DIENST TOT DE ESSENTIE. LEES HIER DE VERHALEN VAN VIER VAN HEN, EN WEET: ZO ZIJN ER DUS NOG 51.

Jordy Lissenburg, digitaal strateeg: “Toen we bij Freshheads de opdracht kregen om een online leerplatform te ontwikkelen voor zo’n tienduizend gebruikers, hadden we nooit eerder ‘iets met e-learning’ gedaan. Maar dat bleek allesbehalve een manco. We zijn trouw gebleven aan onze aanpak, waarbij we iteratief werken vanuit gebruikersbehoeften en de strategische doelen van onze klant. Met die aanpak staat er altijd iets wat doet dat het moet doen en met plezier wordt gebruikt.”

Hij vervolgt: “Het leerplatform richt zich op iedereen die werkzaam is in de Nederlandse elektrotechnische detailhandel, met als doel om het kennisniveau hoog te houden. We zaten aan tafel met partijen als MediaMarkt, Phone House en Expert. Stuk voor stuk hebben zij ‘leren’ op een andere manier geëmbod in hun organisa-

tie, wat resulteerde in uiteenlopende wensen voor het platform. Maar tijdens sessies met afgevaardigden van alle retailpartijen wisten wij de gemeenschappelijke visie en ambitie naar boven te brengen. Vanuit die basis zetten we samen de koers uit. Onze meerwaarde zit ’m echt in het komen tot de essentie. Continu grijpen we terug naar de gemeenschappelijke doelen, naar gebruikersinzichten en naar wat er écht nodig is om dit platform te laten werken. We geven eerlijk aan wat werkt en wat niet. Zo houden we de betrokken partijen scherp. Er staat nu een solide online academy, gevuld met trainingen die didactisch kloppen en een logische flow doorlopen. Duizenden mensen maken er gebruik van, maar ik ben vooral bezig met de waarde die we verder nog kunnen toevoegen. Een dashboard met informatie voor retailers, blended-learningmogelijkheden, reviews ...”

>







**‘IK BEN KRITISCH:
ALS HET BLIJFT
BIJ WAT ER NU STAAT,
DOEN WE ONSZELF
TEKORT’**

➤ Jordy: “Er liggen nog zo veel kansen. Ik ben nu eenmaal kritisch. We doen onszelf tekort als het blijft bij wat er nu staat.”

STRATEGISCH ONTWIKKELEN

Rens Alkemade, developer & digitaal strateeg: “Food entrepreneur Eline wil het liefst dat alle zeventuizend Nederlandse supermarkten met haar app gaan werken. Toch zijn we pas in één supermarkt live met een pilot. Die aanpak lijkt misschien traag, maar doordat we direct feedback krijgen van de gebruikers, voeren we juist in rap tempo grote verbeterlagen door.”

Hij vervolgt: “Quista, zo heet de app, maakt het voor supermarkten eenvoudiger om lokale lekkernijen te bestellen en verkopen. Eline, de founder van Quista, stuitte namelijk op een probleem. Voor supermarkten zijn hyperlokale producten een verrijking van hun assortiment en voor lokale makers zijn supermarkten een geweldige afzetmarkt, maar het bestellen van deze producten is gedoe en loopt buiten de standaardprocessen om. Een belletje naar de

slager in het dorp, een mailtje naar de bakker op de hoek, dat soort werk. Quista neemt dat gedoe weg.”

Hij vervolgt: “Waarom we slechts in één supermarkt live zijn? Nou, zo zien we in het écht, maar ook in het klein, wat werkt en wat niet. We hebben al veel inzichten opgedaan die we nooit hadden gekregen zonder het live te testen, maar die we ook nooit ‘pas’ hadden willen verkrijgen terwijl er al miljoenen euro’s over de app gaan. Momenteel stromen de bestellingen binnen. Dit jaar breiden we de pilot uit naar meer supermarkten. To be continued ...”

ÉÉN TEAM

Wendy Lafarre, designer: “De mensen van Cocoroco zijn eerder collega’s dan opdrachtgevers. Laatst hadden we een borrel bij ons op kantoor. Zij gaven ons een Cocoroco-trui en wij hen een Freshheads-hoodie. Voor mij is dit het ultieme bewijs dat er geen ‘zij’ en ‘wij’ is. We zijn één team en voelen dezelfde verantwoordelijkheid. Cocoroco is een internationaal

wervingsplatform voor *remote* jobs in de customerservice. We bouwden dit platform in zes weken, met als doel de match te faciliteren tussen organisaties en kandidaten. Bij Cocoroco noemden ze de eerste versie een MVP++, want de *main flow* was beter dan verwacht en de features uitgebreider dan het originele idee. Alles voor de optimale gebruikerservaring! We voegen niet zomaar features toe, maar grijpen continu terug naar het doel en de essentie. Het team van Cocoroco had aan het begin zo veel ideeën, dat ze een partij zochten die sturing en focus kon bieden. Die rol hebben we zeker gepakt.”

FUNDAMENT VOOR GROEI

Nienke Vonk, data-analist: “Cocoroco staat nu een paar maanden live. Vanaf moment één maakte data een vast onderdeel uit van het project; we organiseerden een dataworkshop, werkten datajourneys uit op basis van de klantreis én richtten alle belangrijke meetpunten in op basis van de KPI’s. Daardoor ligt er nu een sterk fundament. De gehele flow van het platform, van zowel de vraag- als de aanbodkant, is inzichtelijk. We zien wáár in de *funnel* mensen afhaken, waardoor we nu heel gericht gaan optimaliseren en van het MVP++ een volwassen product maken. Ik kan niet wachten om me daarin vast te bijten.” ◀



Meer
informatie