

ALEXANDRA JANKOVICH EN TOM VOSKES

TRANSFORMEREN VOOR BETERE KLANTERVARING

MET MEER DAN 900 GESLAAGDE PROJECTEN VOOR TOONAANGEVENDE BEDRIJVEN OVER DE HELE WERELD HEEFT SPARKOPTIMUS SINDS 2010 EEN ENORME STAAT VAN DIENST OPGEBOUWD IN HET TRANSFORMEREN VAN ORGANISATIES VOOR DE TOEKOMST. TECHNOLOGIE EN DATA ZIJN ESSENTIEEL, MAAR VOOR ECHT SUCCES ZIJN MENSEN DOORSLAGGEVEND.

Heineken heeft met hulp van Spark-Optimus een wereldwijde transformatie ingezet, vertelt Tom Voskes, in 2010 met Alexandra Jankovich oprichter van de digitale-strategieconsultant die in 2021 ruim 30% groeide, een lijn die het de komende jaren wil doorzetten. “Heineken haalt veel omzet uit b2b. Van oudsher was gebruikelijk dat verkopers in bijvoorbeeld Mexico dagelijks tientallen barretjes en buurtwinkels bezochten om orders op te nemen, per adres een bliksembezoek van enkele minuten. Met een mobiele app hebben we dat bestelproces veel klantvriendelijker gemaakt. Klanten, privé waarschijnlijk al vertrouwd met onlineshopping, kunnen nu veel makkelijker bestellen.”

De komst van de app veranderde de werkwijze en creëerde mogelijkheden voor andere digitale diensten, gaat hij verder.

Praktische voorbeelden zijn tellen van voorraden, zien wanneer een levering komt en de status van facturen inzien. “De dienstverlening verbetert en digitalisering levert daarnaast data op die Heineken kan gebruiken om de service op een nog hoger niveau te brengen. Inmiddels loopt 3 miljard euro van de omzet via het digitale platform, met de ambitie dit de komende jaren te laten groeien tot 10 miljard.”

80% MENSEN

Het voorbeeld illustreert treffend de kern van transformaties, vervolgt Jankovich. “Het gaat erom hoe we technologie en data kunnen inzetten om producten en diensten beter, sneller en goedkoper te maken. De klant staat centraal.” Om misverstanden te voorkomen: technologie en data zijn weliswaar essentiële onderdelen van transformaties, maar uiteindelijk draaien die om mensen. Of dat nu klanten >







‘DIGITALISERING IS 20% TECHNOLOGIE EN DATA, EN 80% MENSEN’

> zijn die anders gaan werken of consumenten die betere service krijgen. “Digitalisering bestaat voor 20% uit technologie en data, en voor 80% uit mensen. Je weet pas precies wat voor platform je moet bouwen als mensen ermee gaan werken. Mensen moeten enthousiast raken. Techniek kun je later nog perfectiëren.”

Andere diensten naast Digital Transformation zijn Digital Strategy, Analytics & AI, Ventures & Scale-Ups en Mergers & Acquisitions. “Met Analytics & AI exploreren we samen met klanten mogelijkheden om met hulp van data de propositie voor hún klanten te verbeteren”, licht Voskes toe. Ventures & Scale-Ups houdt zich bezig met de opzet en opbouw van bedrijfjes die kunnen zorgen voor disruptie in een sector. Een aanleiding kan zijn dat een bedrijf mogelijkheden ziet die het met zijn bestaande businessmodel niet een-twee-drie kan benutten. Nestlé en Sandvik zijn klanten waarvoor SparkOptimus dit doet. Mergers & Acquisitions beoordeelt onder meer de busi-

nessplannen van digitale bedrijven, voor een eventuele overname of in opdracht van een investeerder.

KENNISDELING

SparkOptimus zet daarnaast sterk in op ontwikkeling en kennisdeling, op tal van manieren. Dit gebeurt onder meer in de samenwerking bij projecten. “Onze mensen helpen medewerkers van de klant om vaardigheden op te bouwen in hun eigen organisatie”, aldus Voskes. Masterclasses en gastcolleges aan onder meer INSEAD zijn andere voorbeelden. Daarnaast zijn er boeken en academische publicaties en staan op de website interviews van Jankovich met CEO’s (‘CEO stories’), onder wie Nancy McKinstry van Wolters Kluwer, Mark Schneider van Nestlé en Pieter van der Does van Adyen, alles met als doel om businessleiders te inspireren.

“Verder hebben we een bijzonder uitgebreide training en opleiding voor onze eigen mensen”, zegt Jankovich. “We kunnen onze groei-

ambitie alleen waarmaken als onze ‘Sparkies’ enthousiast zijn. Om die reden besteden we veel aandacht aan hun ontwikkeling en krijgen ze veel autonomie.” Overigens heeft SparkOptimus geen enkele moeite om op de krappe arbeidsmarkt aan nieuw talent te komen.

Aandacht voor kennisdeling en ontwikkeling past bij de visie van SparkOptimus dat succesvolle bedrijven in de toekomst duurzaam én mensgericht zijn en sluit bovendien naadloos aan bij wat zowel Jankovich als Voskes blijft benadrukken: succesvolle verandering draait om mensen, hoe je die bij elkaar brengt, hoe je mensen in beweging krijgt om te veranderen, hoe je de behoeftes van mensen centraal zet.

Jankovich zet die kennis en ervaring in voor coördinatie van de hulp aan vluchtelingen van de oorlog in Oekraïne. “Veel particulieren en bedrijven willen hulp bieden; wij wilden vanuit de behoeftes van vluchtelingen een site opzetten met informatie over alle belangrijke onderwerpen, zoals huisvesting en werk. Samen met Oekraïense vluchtelingen, Vluchtelingenwerk Nederland en veel andere partners hebben we in twee weken refugeehelp.com bedacht en gebouwd.” <



Meer informatie