

MITCHELL BAKKER, ELLEN BEX EN DIRK VAN ZONHOVEN

FULLSERVICE DIGITALISERINGS- PARTNER

SQLI IS EEN TOONAANGEVEND EUROPEES CONCERN VOOR DIGITALE DIENSTEN. HET ONDERSCHIEDT ZICH VAN ANDERE PARTIJEN DOOR ALS FULLSERVICE DIGITAL AGENCY TE OPEREREN. "ONZE UNIEKE HOLISTISCHE AANPAK VOEGT AANTOONBAAR WAARDE TOE VOOR BEDRIJVEN."

SQLI ondersteunt bedrijven bij hun digitale transformatie, bij een digitale acceleratie of bij een combinatie van deze twee. Het bureau onderscheidt zich daarbij door een holistische dienstverlening te leveren. "SQLI kan het digitale transformatietraject van kop tot staart op een deskundige en efficiënte manier begeleiden en managen", zegt Ellen Bex, Business Unit Manager Solutions. "We hebben daarbij slechts één belang voor ogen: dat van onze klant. Wij zijn pas succesvol als onze klanten dat zijn. Voor onze fullservicepropositie combineren we expertise op het gebied van digital marketing & design, technologie & implementatie en beheer & monitoring. Indien gewenst kunnen deze expertises ook afzonderlijk worden ingehuurd. Bijvoorbeeld door bedrijven die een aanvulling op hun bestaande partnerships zoeken. In dat geval werken we graag met alle betrokken partijen samen aan het beantwoorden van de businessvraag die de klant heeft."

VAN UITDAGING NAAR ADVIES

"Tijdens ons consultancytraject brengen we samen met de klant in kaart wat de behoefte is van zijn business en van de eindgebruikers van





'EEN DIGITAAL PLATFORM LEEFT EN MOET GEVOED WORDEN'



DEEL ONLINE

ondernemen”, zegt Mitchell Bakker, Head of Digital Marketing and Experience Design. “We zijn zelf verantwoordelijk voor onze strategie, partnerships en uiteindelijk ook voor ons succes. Hiervoor hebben we bijna alle expertise zelf in huis. In uitzonderlijke gevallen doen we een beroep op andere bedrijven binnen de SQLI-groep om de missende expertise toch te kunnen aanbieden. We werken vooral voor internationale A-merken met minstens 300 miljoen omzet per jaar. Ook helpen we bedrijven met het bepalen van de prioriteiten en de stappen om een A-merk te worden.”

DIGITAAL VOLWASSEN

Om het digital-maturityproces te faciliteren, streeft SQLI naar het vormen van een langdurig partnerschap. “Met sommige klanten werken we al meer dan tien jaar samen”, gaat Bakker verder. “Omdat we lokaal opereren, de taal spreken en de markt goed kennen, ervaren klanten ons niet als een grote en afstandelijke multinational, maar als een gelijkwaardige en vertrouwde (sparring)partner. We horen vaak dat we pragmatisch zijn, maar ook eerlijk en kritisch. Ons doel is dat klanten uiteindelijk zelf de expertise ontwikkelen om een samen met ons opgezet platform verder te ontwikkelen. Die ontwikkeling kunnen wij begeleiden, bijvoorbeeld via inhouse training. Zo faseren we uit voor een specifiek traject, maar springen we aan de voorkant opnieuw in op een strategisch niveau of op een ander businessvraagstuk. We blijven klanten op een efficiënte manier ondersteunen bij hun groei.”



het platform”, zegt Dirk van Zonhoven, Head of Practice Digital Continuity. “Vervolgens kijken we welk platform of welke combinatie van platformen daar het best op aansluit. Deze werkwijze zorgt ervoor dat niet de technologie, maar de businessvraag en de behoeften van de klant leidend zijn. We bouwen geen platforms from scratch, maar maken als *trusted advisor* een kritische en onafhankelijke selectie uit het aanbod van verschillende venders. Hierbij houden we meteen rekening met zaken als marketing automation, customer engagement, commerce, master-datamanagement en datagovernance. Ook kijken we naar de lange termijn door zaken als monitoring, schaalbaarheid en een eventuele *roll-out* naar andere landen te faciliteren. Na een traject van zo'n zes weken leggen we de klant een toekomstgerichte oplossing voor. Hierin geven we ook inzicht in de kosten en adviseren we over de impact die de transformatie heeft op de organisatie van de klant. Soms moet een bedrijf immers nog bepaalde competenties of een bepaalde mindset ontwikkelen om digitaal succesvol te kunnen worden.”

LEVEND PLATFORM

“Digitalisering is meer dan het implementeren van technologie”, zegt Bex. “Wij zijn van mening dat een digitaal platform leeft en gevoed moet worden. In de eerste plaats moeten basisbehoeften als veiligheid en efficiëntie op orde zijn. Er moeten duidelijke KPI's worden gedefinieerd, zodat bedrijven hun platform kunnen evalueren en, indien nodig, hun processen of het platform hierop kunnen finetunen. Vanuit de groep eindgebruikers en vanuit de monitoring ontstaan nieuwe inzichten. Dit creëert nieuwe uitdagingen én nieuwe businesskansen. Samen met de klant kijken we continu hoe we het platform kunnen optimaliseren. Hierdoor kunnen bedrijven gaan accelereren, zodat de business en eindgebruikers nog beter worden bediend.”

A-MERKEN

SQLI is gevestigd in tien Europese landen en beschikt over ruim 2200 werknemers. Het bedrijf heeft twee kantoren in Nederland: in Amsterdam en Eindhoven. “SQLI Nederland heeft de vrijheid om naar eigen inzicht te