



MAAIKE JAMOEL EN JEROEN KLEINHOVEN 'EEN BATTERIJ GEDETACHEERDEN LOST HET PROBLEEM NIET OP. DAT DOEN WIJ WEL.'

het beste uit zichzelf willen halen. En dat is weer gunstig voor onze klanten."

▲ BLENDE MET DE KLANT

Over die klanten gesproken: ook voor hen heeft AND een unieke propositie. Naast de apps, websites, platforms, datatoepassingen en andere softwareoplossingen die het met de klanten ontwikkelt, komt AND met een missie over de vloer, namelijk het dichten van de kloof op het gebied van digitale vaardigheden. Kleinhoven: "Veel organisaties houden alle ontwikkelingen niet meer bij. Logisch, het personeelstekort is groot en de innovatie - ik noem alleen maar AI - gaat razendsnel. Dan kun je wel een batterij gedetacheerden in je organisatie zetten, maar het kost veel geld en bovendien los je daarmee het probleem niet op. Dat doen wij wel."

"Als wij binnenkomen, blenden onze mensen in de teams van de klant", vult Jamoel aan. "Veel meer als partner dan als leverancier helpen we klanten met het ontwikkelen van hun interne teams, inclusief alle vaardigheden, processen en culturele aspecten om aantrekkelijker te worden voor digitaal talent. Daarbij is ons belangrijkste doel: de klant structureel versterken, waarmee we onszelf overbodig maken."

▲ WIELRENNEN

Kleinhoven vergelijkt het met wielrennen. "Als ik een tocht maak van vier uur, neem ik gelletjes en reepjes mee. De gelletjes trekken me over een heuvel heen, maar om de tocht uit te zitten, heb ik voldoende koolhydraten nodig. Dus ja, inhuren is een oplossing voor je sugar rush, maar je hebt ook een structurele oplossing nodig - dat is precies waar AND het verschil maakt." ▲

KOOLHYDRATEN VOOR JE DIGITALE TEAM

AND Digital bouwt niet alleen mooie softwareoplossingen; het wil de kloof op het gebied van digitale vaardigheden dichten. Dat vertellen Benelux Executive Jeroen Kleinhoven en Club Executive Maaïke Jamoel.

Een 'new kid on the block' kun je AND Digital eigenlijk niet meer noemen. Het van oorsprong Engelse technologiebedrijf is immers al ruim twee jaar actief in Nederland. En toch voelt AND zich nog steeds wel een beetje die new kid. "Dat komt doordat wij het écht anders doen", zegt Jeroen Kleinhoven.

Dat anders zit 'm enerzijds in de cultuur en structuur van AND zélf. Met ruim 1600 medewerkers kun je AND niet bepaald klein noemen. Maar omdat die medewerkers verdeeld zijn over 27 autonome Clubs (waarvan twee in Nederland) met ieder hun eigen 'kraak en smaak', kan AND ook als lokale 'boutiquepartner' fungeren, zegt Jamoel. "Noem het klein maar fijn binnen een grote organisatie. In de Clubs creëren we een omgeving waarin onze ANDi's, zoals we ze noemen, iedere dag