

CONCLUSION EXPERIENCE

DE KRACHT VAN EEN ECOSYSTEEM

FULL SERVICE DIGITALE BUREAUGROEP 4NG HEET NU CONCLUSION EXPERIENCE. VOOR ALGEMEEN DIRECTEUR MICHIEL KROEKS WEERSPIEGELT DE NIEUWE NAAM HET COMPLETE END-TO-ENDAANBOD DAT HET CONCLUSION-ECOSYSTEEM KLANTEN TE BIEDEN HEEFT.

De samenwerking tussen 4NG en Conclusion begon in 2021, toen 4NG onderdeel werd van het dynamische ecosysteem van Conclusion: ruim 25 expertbedrijven die zich samen richten op duurzame businesstransformaties en IT-services. “Het was een logische match”, vertelt Michiel Kroeks. “Net als 4NG is Conclusion een netwerkorganisatie, die bestaat uit bedrijven die stuk voor stuk autoriteit zijn op het terrein van hun eigen specialisme. Bij Conclusion geloven we in de kracht van een ecosysteem. Onze bedrijven zijn autonoom en hebben allemaal hun eigen cultuur en klanten. Maar voor complexere uitdagingen werken we

steeds meer samen, waardoor we klanten optimaal kunnen ontzorgen. In een steeds digitaal wordende maatschappij met meer complexe integratievraagstukken bij klanten kan het complete ecosysteem van Conclusion met alle expertbedrijven regie en een overkoepelende aanpak bieden. Dat biedt voordelen opzichte van afzonderlijke onderdelen in een digitale strategie of aanpak.”

END-TO-ENDOPLOSSINGEN

De verbintenis met Conclusion resulteerde in een aanbod dat je met recht ‘end to end’ kunt noemen. Kroeks: “Van een onderscheidende





'HET IS ONZE AMBITIE OOK IN DE REST VAN EUROPA ONZE POSITIE TE GAAN CLAIMEN'

er als geen ander voor kan zorgen dat klanten de website van de opdrachtgever weten te vinden. Directeur Jules van Dongen: "Dan is het wel cruciaal dat aan de achterkant ook alles perfect draait, want daar zijn wij toch afhankelijk van. Daarom is de samenwerking met andere Conclusion-bedrijven zo cruciaal."

Klinkt mooi, maar hoe zorg je dat de samenwerking tussen al die verschillende specialisten soepel verloopt? "Daar besteden we veel aandacht aan", zegt Kroeks. "Voor complexere uitdagingen stellen we teams samen met verschillende specialisten, die worden aangestuurd door delivery managers. Zij zijn het aanspreekpunt voor de klant en zorgen dat kennis in de organisatie wordt gedeeld. Periodiek brengen we collega's met hetzelfde specialisme bij elkaar om best practices en de nieuwste ontwikkelingen met elkaar te delen."

VERNIEUWING OMARMEN

Het mag geen verrassing zijn dat ook de ontwikkelingen op het gebied van AI op de voet worden gevolgd. Kroeks behoort niet tot de doemdenkers die de toekomst met angst en beven tegemoet zien. "In onze branche volgen de vernieuwingen elkaar in hoog tempo op; wij hebben dat altijd een van de leukste dingen van dit werk gevonden. We zien AI vooral als een middel om een stuk sneller te werken voor klanten en om de tooling die wij aanbieden nog verder te verbeteren."

Vooralsnog wil de Conclusion-familie, die nu zo'n vierduizend medewerkers telt, verder groeien. Kroeks: "Steeds meer klanten opereren over de grenzen heen, dus het is echt onze ambitie om ook in de rest van Europa onze positie te gaan claimen."



← DEEL ONLINE

onlinebeleving tot een stevig IT-fundament, en van intelligente dataplatforms tot het meenemen van organisaties in nieuwe werkwijzen. Zo bieden we klanten niet alleen een breed aanbod, maar kunnen we ook de diepte ingaan. Dus wanneer een van de frontoffice-oplossingen van Conclusion Experience moet worden gekoppeld aan een CRM-systeem of ERP-platform, dan is het voor de klant erg belangrijk als we daarbij onze Conclusion-collega's kunnen aanhaken. Dat doen we bijvoorbeeld bij NS, pensioenuitvoerder APG en het Wereld Natuur Fonds."

Voor Kroeks is de nieuwe naam een bezegeling van die hechte samenwerking. "Het schept duidelijkheid. Onze labels houden gewoon hun eigen merknaam, zoals dat in het verleden ook het geval was, met Part of Conclusion als toevoeging." PossibilitIT is een van die labels. Het bureau is expert op het gebied van CRM-processen en Subscription Management. Directeur Thomas Letema ziet duidelijke

voordelen van het samenwerken binnen de Conclusion-familie. "Door klantinformatie met elkaar te verbinden in een gezamenlijk CRM-systeem creëren we een 360-gradenklantbeeld, waarmee we klanten gepersonaliseerde oplossingen bieden voor al hun uitdagingen."

ORGANISATIE-SILO'S

Een andere reden om de samenwerking te intensiveren, is het feit dat ook bij opdrachtgevers de organisatie-silo's steeds vaker wegvallen, legt Kroeks uit. "De verbinding tussen back-, front- en midoffice wordt ook bij opdrachtgevers steeds meer gelegd. Dan is het prettig als je samen met je opdrachtgever 'feedbackloops' kunt maken tussen al die platformen die je aan het beheren bent en dat je het hele proces kunt faciliteren, van de start van de customer journey tot aan de transactie."

Daar is bijvoorbeeld het label Blauwe Monsters bij betrokken, het onlinemarketingbureau dat