

## EMPORIX

AUTONOMOUS COMMERCE



**EMPORIX BRENGT E-COMMERCE VOOR DE B2B-MARKT NAAR EEN NIEUWE DIMENSIE. “STOP CODING, START CONFIGURATION”, ZEGT FRANK SCHOUTISSEN, DIE LAAT ZIEN HOE AUTONOMOUS COMMERCE WÉL WERKT DOOR ‘ANDERS’ TE AUTOMATISEREN.**

Emporix is een relatief klein, jong bedrijf, maar wel een dat beschikt over de nieuwste technologie, de beste kennis van software en een financieel sterke positie. Dezelfde mensen achter Hybris – inmiddels onderdeel van SAP, het bekendste e-commerceplatform – hebben Emporix opgezet. Waaronder Carsten Thoma, Mark Holenstein en Frank Schoutissen. “Wij willen de b2b-markt verder optimaliseren. Het enige wat men al twintig jaar doet, is nog meer tools aan elkaar knopen. Er zijn organisaties met wel 300 tot 500 applicaties. Dan blijf je codes schrijven en kom je als organisatie in een *customer codes trap*. Niet doen!”

Emporix werkt anders. “De filosofie is automatiseren en orkestreren. Snellere, efficiëntere processen (kostenverlaging) en add-on based groei door via layers processen aan elkaar te verbinden. Deze worden value streams genoemd.” Je hoeft niet te kiezen voor het volledig vervangen van je platform; volgens Schoutissen kun je ook bepaalde bedrijfsprocessen via rip & replace automatiseren. “Denk aan e-commerceplatforms die op legacy-systemen draaien en waarvan bepaalde bedrijfsprocessen te veel geld kosten. Met onze value streams creëer je echt meerwaarde door het optimaliseren daarvan.”

Emporix biedt pure agentic commerce: de AI-agents kunnen autonoom vele taken uitvoeren. “Wij zijn daarin ijzersterk. Wij zijn de absolute uitdager van alle e-commerceplatforms. Onze groeiratio laat dit duidelijk zien.” Boodschap van Schoutissen: “Is je b2b-platform complex? Dan moet je bij ons zijn.”

[WWW.EMPORIX.COM](http://WWW.EMPORIX.COM)



## ENDEAVOUR

DIGITALE KETEN



**DIGITALE MARKETING IS COMPLEXER DAN OOIET. VOLGENS ENDEAVOUR-CEO HERWIN VAN DEN BERG VERSCHUIFT DE ROL VAN BUREAUS DAAROM VAN UITVOERDER NAAR STRATEGISCHE PARTNER DIE RICHTING EN SAMENHANG BEWAAKT.**

De rol van digitale bureaus verandert door technologische versnelling en de opkomst van AI. Waar agency's vroeger vooral werden ingezet voor capaciteit of productie, verwachten organisaties nu vooral richting en overzicht. “Klanten hebben niet langer alleen handjes nodig, maar een strategische partner die helpt om de koers te bepalen”, zegt Herwin van den Berg, CEO van Endeavour.

Volgens hem zit het onderscheidende vermogen van een modern digitaal bureau daarom niet meer in afzonderlijke diensten, zoals development, design of marketing, maar in de mate waarin het in staat is om de hele digitale keten te overzien en te verbinden. “Strategie, creatie, technologie en data moeten samenkomen in één samenhangend systeem dat stuurt op resultaat. De kracht van een bureau als het onze zit dus niet in losse disciplines, maar in wat het als geheel mogelijk maakt”, legt Van den Berg uit.

Tegelijkertijd zorgt AI voor een nieuw spanningsveld. AI maakt productie sneller en goedkoper, maar vergroot ook de behoefte aan creativiteit en menselijk oordeel. Volgens Van den Berg kan AI veel, maar mist het gevoel voor context, cultuur en timing. “Creativiteit is meer dan output. Het gaat om merkidentiteit, emotie en relevantie”, zegt hij. “Creatieve professionals verschuiven daarom steeds meer naar de rol van regisseur: zij bepalen richting en betekenis, terwijl AI helpt bij de uitvoering. Met de juiste aansturing kan AI menselijke creatie dan ook versterken, maar zeker niet vervangen.”

[WWW.ENDEAVOUR.NL](http://WWW.ENDEAVOUR.NL)