

De macht der meningen

“Nederland als innovatiebron” wordt werkelijkheid als je bedrijven tegenkomt zoals Oxyme. Dit bedrijf is in 2007 ontstaan vanuit een onderzoek van de Vrije Universiteit naar de impact van meningen van consumenten op internet over producten. Door blog’s en vergelijkingsites wordt de mening van de consumenten steeds belangrijker bij de aankoopbeslissing of de merkwaardering van je bedrijf. Daarom is er een duidelijke behoefte bij producenten ontstaan om iets met deze informatie te doen. Vanuit die behoefte houdt Oxyme zich bezig met vragen als: Hoe kun je die enorme hoeveelheid informatie in weblog’s inzichtelijk maken voor producenten en interessanter nog, hoe kun je die informatie analyseren? Zijn er conclusies te trekken, verbanden te leggen of zelfs lessen te leren uit al die informatie?

Pro-actief

Naarmate de zaken goed gingen en er steeds grotere bedrijven (Philips, Nike, Microsoft) klant werden bij Oxyme, moest er een nieuwe applicatie ontwikkeld worden die kon voldoen aan de grotere verzoeken. De marketeers van Oxyme besloten daarom in zee te gaan met een bedrijf die hen kon helpen bij de ontwikkeling daarvan. Na een teleurstellende ervaring vanwege het gemis aan pro-activiteit bij een niet nader te noemen bedrijf, kwamen zij met hun vraag bij Levi9 terecht. Daarop besloten wij met Oxyme naar Roemenië te gaan om te laten zien hoe en met wie wij werken. De professionaliteit, hoge kwaliteit, goede communicatieve eigenschappen en vooral de enorme motivatie en gretigheid van onze mensen daar, trok Oxyme over de streep om met ons in zee te gaan. Zij hadden verscheidene outsourcing partijen bekeken, ook in India, maar misten steeds factoren als pro-activiteit en meedenken, het van tevoren problemen zien en oplossen. Tenslotte zijn zij geen techneuten en willen ze werken met een partij die niet alleen pro-actief is maar ook hun belang vertegenwoordigt, een echte partner dus.

BERNHARD VAN ORANJE IS OPRICHTER
EN CEO VAN LEVI9 GLOBAL SOURCING,
info@levi9.com



Weten wat er speelt

De nieuwe applicatie probeert inzichtelijk te maken wat mensen vinden van het product, wie iets zegt, wat mensen bijvoorbeeld vinden van bepaalde features op producten, maar daarnaast wordt ook gekeken naar wat dat betekent voor de verkoop. Hebben meningen op internet direct effect op de verkoopcijfers? En daaraan gekoppeld: op welke sites kun je het beste adverteren? Waar hebben je marketingcampagnes het meest effect? Ook kunnen klanten tegenwoordig zelf inloggen op de database om ieder moment van de dag vinger aan de pols te houden hoe het met het product gaat en wat de laatste meningen in de markt zijn.

Het uitbestedingproject met Oxyme naar ons Roemeense development Center is in juni 2008 begonnen en verloopt voorspoedig, dat wil zeggen op tijd en binnen budget. Ook de samenwerking tussen de programmeurs verloopt prettig. De Roemenen komen regelmatig ook naar Nederland en dat is belangrijk en bovendien een voordeel ten opzichte van uitbesteding naar India. Oxyme is momenteel hard op zoek naar mensen en wil net als haar klanten Europees gaan opereren. Gedacht wordt aan het openen van vestigingen in Duitsland, Frankrijk en Spanje zodat lokale kennis meegenomen kan worden in de analyses en dat klanten op deze manier een geïntegreerde oplossing geboden kan worden.

In deze globaliserende, steeds kleiner wordende wereld, wordt communicatie en flexibel anticiperen op ontwikkelingen mijns inziens, steeds belangrijker. Bedrijven die kunnen luisteren en zich kunnen aanpassen aan wat er leeft, maken zich sterk voor de toekomst. Een gat in de markt?