

# Innoveren gaat niet over techniek

ER IS ZOVEEL GEWELDIGE TECHNOLOGIE, DAT VEEL ORGANISATIES IN DE VERLEIDING KOMEN OM DEZE ALS UITGANGSPUNT TE NEMEN VOOR INNOVATIE. MOBIQUITY IS ER OM DIT TIJ TE KEREN. WANT WIE Z'N KLANTEN ECHT SERIEUS NEEMT, KIJKT NAAR WAT ER VOOR HEN TE VERBETEREN VALT. WELKE TECHNIEK DAT ONDERSTEUNT IS VAN SECUNDAIR BELANG. DAT IS WARE VOORUITGANG.

**PAUL PIEBINGA**



**“W**ie wil klussen, gaat niet naar de bouwmarkt om te kijken welke nieuwe schroeven er zijn en wat je ermee kunt. Wonderlijk dat we dat wel doen met technologie.” Paul Piebinga, General manager Europe van Mobiquity, ziet het dagelijks: bedrijven die vol enthousiasme kijken wat ze met bijvoorbeeld blockchain of het internet of things kunnen. “Het probleem is dat er steeds sneller steeds meer technologie komt die op zoek is naar oplossingen. Er zit een enorme hype achter deze *techno push*.” Volgens Piebinga moeten we ons blijven realiseren waarom we ooit zijn begonnen met technologie, namelijk om een probleem op te lossen. Echte innovatie is aansluiten op hetgeen te verbeteren valt.

### INNOVATIEF

Mobiquity, opgericht in 2010, is een internationale aanbieder van end-to-endservices, opgedeeld in vijf segmenten: Strategy, Experience Design, Product Engineering, Cloud services en Analytics. De menselijke ervaring is altijd het uitgangspunt voor de internationaal samengestelde teams van consultants, designers, developers, cloud advisors en data scientists. Vanuit twaalf kantoren in zeven landen bedienen vijfhonderd medewerkers de veelal internationaal opererende organisaties. De focus ligt op de sectoren health en financial services, maar Mobiquity realiseerde ook diverse trajecten voor retailers. Zoals een multichannel e-commerceplatform voor de Nederlandse supermarktketen Vomar, met bestellen en afleveren op dezelfde dag, en robotuitgiftepunten voor Asda en Walmart. Ook voor WaWa, een keten van convenience-winkels met tankstations in de VS, bouwde Mobiquity een mobiel platform waarmee klanten van tevoren hun bestellingen kunnen plaatsen, incentives sparen en gemakkelijk mobiel betalen. De innovatieve oplossingen bleven niet onopgemerkt: de afgelopen twee

jaar groeide Mobiquity in Europa jaarlijks met 50%.

### PITTIGE TIJD

De sterke groei is bepaald niet uit de lucht komen vallen, maar te danken aan een strategiewijziging drie jaar geleden. In plaats van vooral apps te bouwen, werd het tijd om via technologie waarde toe te voegen in de markt. De focus ging richting grote internationaal opererende organisaties. Vooral direct na deze omslag kwam Mobiquity in een pittige tijd, waarin het een uitdaging was om de financiën op orde te houden. Door hierover intern open te communiceren ontstond er iets bijzonders. Het bleek de start van een nieuwe organisatiecultuur, waarbij openheid, wederzijds respect, loyaliteit en enthousiasme belangrijke kenmerken zijn. Iedereen zette z'n schouders eronder en hield het einddoel voor ogen. “Door ons volledig in te leven in de diverse organisaties, hun rol in de markt en de klant-ervaringen, ontdekten we waar verbeteringen mogelijk waren. Dan konden we laten zien welke toegevoegde waarde ze van ons konden verwachten. Het bleek een aansprekende werkwijze.”

### GRENZELOZE PROBLEMATIEK

Toegevoegde waarde kun je alleen leveren wanneer de eindklant het startpunt is. Als voorbeeld noemt Piebinga het eerste digitale medicijn dat de Federal and Drug Administration (FDA) in de VS eind 2017 goedkeurde. Mobiquity leverde de technologie voor een pil met een ingebouwde sensor, die doorgeeft of iemand het medicijn inneemt of niet. “Eerst moet je weten waarom een hoog percentage patiënten de medicatie incorrect of niet inneemt. Dan volgt de oplossing en aansluitend welke techniek uitkomst biedt. Wie techniek als uitgangspunt neemt, zaait uiteindelijk verwarring.” De grenzeloze focus en internationale opzet maken Mobiquity een goede partner voor de medische wereld. De problematiek van gebruikers is nagenoeg overal gelijk. “Ongeveer de helft van alle medicijnen wordt niet correct gebruikt. Om de *health outcome* te verbeteren, kun je werken aan gedrag rondom de therapie of je richten op preventie. Met correct gebruik van data en geavanceerde digitale middelen zijn mensen te motiveren tot goede gedragskeuzes of kun je een passende medicijndosis op het juiste moment aanbieden.”

### CONVENIENCEFACTOR

De afgelopen periode ging Mobiquity in zeven landen live met een mobiele bank. Veel Aziatische banken kijken naar wat zich in China afspeelt en willen een concurrerende strategie. “De Chinese eWallet-betaaloplossing Alipay en socialmedia-app WeChat concentreren zich op de conveniencefactor, dat is precies waar technologie moet zitten. In Europa heb je apps om mee te betalen. In China doe je alles met dezelfde app; betalen is een dingetje aan het eind. Alipay integreert flink in de landen die aan China grenzen. Daardoor ontstaat er veel grip op retailers en meer kennis dan banken nu hebben. Westerse banken zouden hun blik echt meer op China moeten richten om toekomstgericht bezig te zijn. Convenience en *effortless* zijn de sleutelwoorden.”

### KWALITEITSFOCUS

Een flinke technische uitdaging om iets voor elkaar te krijgen waarbij de eindgebruiker helemaal niets meer van de technologie merkt; het hoort bij Mobiquity. Neem de IBAN-checker om een bankrekening én de bijbehorende naam te controleren. Piebinga is oprecht trots dat Mobiquity dit kon realiseren: “Technologie waar het hoort: onzichtbaar.” De website van Mobiquity laat meer indrukwekkende projecten zien. “Enthousiasme en een genadeloze kwaliteitsfocus werken blijkbaar aanstekelijk. Nog belangrijker vind ik het dat iedereen die hier werkt een goede tijd heeft en de ruimte krijgt om zich te ontwikkelen. Het is essentieel dat je in alle vertrouwen, maar ook met veel plezier vanuit Amsterdam en India kunt samenwerken met Amerikaanse collega's voor welke organisatie dan ook.”



### \* THEMA'S

E-COMMERCE

STRATEGY

EXPERIENCE DESIGN

PRODUCT ENGINEERING

CLOUD SERVICES EN ANALYTICS

**‘Wie techniek als uitgangspunt neemt, zaait uiteindelijk verwarring’**