

Het soepel verbinden van alle data-eilandjes

Het bijhouden van relatiegegevens, verzenden van e-mailmarketing, maken van offertes en facturen of een goede registratie en opvolging van vragen en klachten... Het op orde krijgen én houden van dergelijke processen kan een behoorlijk tijdrovende en zelfs frustrerende klus zijn. Zeker omdat er vaak door meerdere medewerkers in verschillende programma's wordt gewerkt.

Om bedrijven te helpen om hun klantrelatiebeheer (CRM) op orde te krijgen, richtte Jan-Paul Huiskamp rond 2000 Qubics op. Hij verwierf een licentie om het softwarepakket GoldMine te verkopen. In eerste instantie deed hij dat alleen, vanuit zijn flatje in Schalkwijk. Al snel ging het zo goed dat hij mensen aan kon nemen. 'Het gebeurde wel eens dat ik nog lag te slapen, terwijl er al een paar man in mijn huis aan het werk was', zo blikt Huiskamp lachend terug op zijn begintijd.

Qubics ging over naar een bedrijfspan en groeide verder, tot rond

2010 de klad erin kwam. 'In economisch slechte tijden hebben verkopers het moeilijk, dat is onze grootste groep gebruikers.' Qubics doorstond echter de crisis en begon in 2013 zelfs haar eigen software te ontwikkelen. 'We bieden GoldMine nog altijd aan. Maar we hebben beperkt invloed op de doorontwikkeling en het heeft geen mogelijkheden om facturen en offertes te maken. Mede daarom zijn we gestart met onze eigen online CRM-systeem: Scibu.com. Wat we daarmee simpel gezegd doen, is alle losse data-eilandjes met elkaar verbinden, van Excel en Outlook tot en met adressenbestan-



Jan-Paul Huiskamp: 'Als het goed gebeurt, zorgt je CRM-systeem dat je kosten naar beneden gaan en de omzet en klantloyaliteit omhoog.'

den en klantcontacten. De implementatie van zo'n systeem vraagt tijd en aandacht, maar als het goed gebeurt

zorgt je CRM-systeem dat je kosten naar beneden gaan en de omzet en klantloyaliteit omhoog.

'De afgelopen jaren hebben we Scibu geleidelijk geïntroduceerd en verder ontwikkeld. Dit jaar treden we er voor het eerst actief mee naar buiten. Doel is om er in 2019 zo'n 200 gebruikers bij te krijgen, bovenop de ongeveer 500 die we nu hebben. Dat kunnen we nog aan met ons team van zeven, bestaande uit software-ontwikkeling en support. Daarna zullen we moeten opschalen, waarbij we uiteindelijk ook de buitenlandse markt op willen. Al is dat voor nu geen doel op zich. De basis ligt er, nu willen we met Scibu eerst op de Nederlandse markt gestaag verder groeien.'

www.scibu.com

pergezicht



Gido Hiemstra

'Ik ben een koekjesbakker.' Zijn ouders hadden een delicatessenzaak in Santpoort, daar stond Gido al jong achter de toonbank. Na zijn banketbakersopleiding werkte hij als patissier/chocolatier in een fabriek. 'Leuk, maar ik wilde naar buiten toe. Mensen spreken, de wereld zien.' Zo is hij in de media terechtgekomen. 'Boten.nl en daarna Funda, ik reed in een prachtige leasebak met leren bekleding en verdiende bakken met geld.' Toen zijn vrouw zwanger raakte van hun eerste keek hij kritisch naar zichzelf.

'De bestaande merken zijn niet WAUW!'

'Wil ik dit verhaal straks aan mijn kinderen vertellen?' Het antwoord was nee en Gido is op zoek gegaan naar een betere versie van zichzelf. Die heeft hij na drie jaar zoeken gevonden. Inmiddels is hij al zeven jaar de trotse eigenaar van Cakeparts, een al langer bestaande groothandel in bakartikelen. 'Hardware. Bakvormen, uitstekers, enz. In totaal zo'n 1.800 artikelen, geïmporteerd uit het buitenland. Ik verkoop aan kleine ondernemers, de betere speciaalzaken.'

'De eerste jaren had ik een fulfilmentmagazijn in Alphen aan den Rijn en was zelf onderweg. Nederland, België en een heel klein beetje Duitsland. Bakproducten verkopen, met detailisten praten.' Een van hen stelde Gido de vraag of hij ook bakmix verkocht. 'Mijn banketbakershart sloeg aan en heeft niet meer stil gestaan.' Gido is op zoek gegaan. 'Wat is er en hoe kan ik beter zijn dan wat er bij de supermarkt ligt.' Zijn conclusie? 'De bestaande bakmixen, grote merken, zijn grappig, maar niet WAUW!'

Naar de WAUW! Is Gido op zoek gegaan. 'Proeven en experimenteren. Ik heb in die periode een onvoorstelbare hoeveelheid koekjes en taarten gebakken. Mijn gezin, familie en vrienden konden ze niet meer zien.' Het resultaat?

[Lees verder op: www.pergezicht.nl/gido-hiemstra](http://www.pergezicht.nl/gido-hiemstra)

Op Pergezicht.nl vertelt Jan Glas de verhalen van ondernemers. Goede Zaken plaatst hier maandelijks één van.

Talkshow NV Haarlem

De naderende Brexit is één van de onderwerpen tijdens de talkshow NV Haarlem maandag 11 maart. Remco Joon, directeur van Robco, vertelt waarom hij juist nu een bedrijf in Engeland overnam. De overige gasten zijn:

- Machiel Roelse, HR-manager bij Zandbergen, die aan de wieg stond van het plan om met de gemeente en het NOVA college statushouders versneld in het arbeidsproces te krijgen. Minister Koolmees en Koning Willem Alexander kwamen daarvoor op bezoek.
- Robbert Berkhout, de kersverse Haarlemse wethouder met economie in zijn portefeuille, stelt zich voor en gaat in op de economische ontwikkeling.
- De directie van Fibonacci legt uit hoe zij een intelligente match op de arbeidsmarkt verzorgen.

Daarnaast is er muziek van Yorick van Norden en zijn er de vaste rubrieken als student on stage en het lichtje van Lampe.

Maandag 11 maart (17.00 tot 18.00 uur) aansluitend netwerkborel.
 Aanmelden: www.nvhaarlem.nl

Bezorgservice Hoody start in Haarlem

De Nederlandse consument doet zijn aankopen steeds vaker online. De grote platforms domineren de online markt. Waarom zouden lokale ondernemers zich niet collectief online kunnen profileren, inclusief duurzame bezorging op het gewenste moment?

Stephan van Wensen, Jochem Timmers en Maarten Sterrenburg bedachten daarom een lokale online bezorgservice met de naam Hoody. Na ruim een jaar bezig te zijn geweest met onder andere de software ontwikkeling, start Hoody volgende maand in Haarlem.

Online etalage

Inmiddels hebben zich tien lokale ondernemers bij het Hoody platform aangesloten. Van slagerij Wisker tot Baby Plus en chocolaterie Pierre. 'Het grote voordeel van een fysieke winkelstraat is de directe beschikbaarheid van de goederen in combinatie met deskundigheid en service. Voor de consument is het echter niet inzichtelijk wat er lokaal wordt aangeboden. Hoody genereert traffic en zet de artikelen van de deelnemende retailers in de online etalage. Eén platform dus voor alle deelnemende winkeliers in de gehele binnenstad.'

De consument bestelt, Hoody haalt op en Hoody bezorgt. In het distribu-



Stephan van Wensen (links) en Jochem Timmers van Hoody: 'Eén platform voor alle deelnemende winkeliers in de gehele binnenstad.'

tiecentrum onder het kantoor staan inmiddels de eerste elektrisch aangedreven, grote bakfietsen. Zij zorgen ervoor dat de klant in circa één uur de bestelde goederen aan de deur duurzaam krijgt aangeleverd. Bovendien staat Hoody voor same day bezorging in de avonden. 'Hoody neemt de deelnemers veel werk uit handen. Wij doen de marketing, bezorgen en brengen de producten via de app onder ogen van de consument die overdag geen tijd heeft om te winkelen.'

Voor het uitvoeren van een idee is

geld echter onontbeerlijk. 'We hadden snel een particuliere investeerder. Vervolgens hielden we een pitch voor de Rabobank. De bank omarmde ons idee via het verstrekken van een achtergestelde innovatielening, die de eerste twee jaar aflossingsvrij is. Het gaf ons de kans Hoody verder uit te werken en de benodigde investeringen te doen om live te gaan, zodat we in maart in Haarlem kunnen starten. Eerst Haarlem dus en dan andere steden in Nederland.'

www.rabobank.nl/haarlem

7 AGENDA

DI. 26 FEBRUARI
Goede Zaken Exclusief
 Exclusief gesprek tijdens de lunch met financieel onderzoeker Pieter Lakeman. 12.00-14.00 uur
 Locatie: Brouwerskolkje Exclusief
 Aanmelden: goedezaken@decoalitie.nl

DI. 26 FEBRUARI
Sparkz Ondernemersdiner
 Netwerken, borrelen en dineren. 18.00-22.30 uur
 Locatie: Brouwerskolkje Exclusief
 Aanmelden: www.sparkznetworking.nl

WO. 27 FEBRUARI
MKB Digital Power
 In het kader van de eventreeks 'Slim, Groen en Gezond', door de Amsterdam Economic Board. 15.30-17.00 uur
 Locatie: MAF, Station Haarlem
 Aanmelden: www.amsterdameconomicboard.com

WO. 6 MAART
Ondernemerscafé Bewust Haarlem
 Open netwerkborel voor professionals. 9.00-11.00 uur
 Locatie: Grand Café Vooges
 Aanmelden: www.bewusthaarlem.nl

MA. 11 MAART
Talkshow NV Haarlem
 Met aandacht voor de Brexit en aansluitend netwerkborel. 17.00-18.00 uur
 Locatie: Philharmonie
 Aanmelden: www.nvhaarlem.nl

VR. 15 MAART
Maatschappelijk ontbijt
 Met debat o.l.v. Frenk van der Linden, in kader van NL Doet. 8.15-9.30 uur
 Locatie: Sociëteit Vereniging
 Aanmelden: www.bedrijfsamenleving.nl

COLOFON

Goede Zaken wordt geproduceerd onder redactionele verantwoordelijkheid van: communicatieadviesbureau De Coalitie, Jaap Bonkenburg, Jaap Sluis & Johan Tempelaar.

Tips en contact:
goedezaken@decoalitie.nl
 Volg ons ook op www.goedezaken.nu
[In](#) Goede Zaken
[Goede Zaken](#)

decoalitie
 COMMUNICATIESPECIALISTEN

Goede Zaken is een commerciële uitgave, in samenwerking met de partners:

