

'WE DACHTEN: DAT KAN HANDIGER'

Zo old school die communicatie in de supermarkt. Uit frustratie begonnen Erwin van der Vlist en Patrick van der Mijl met het platform Speakap. En dat werd dus een succes.

'Wij vonden die postvakjes, prikboarden en bellijsten nogal omslachtig om iedereen te kunnen bereiken', zegt Patrick van der Mijl (links op de foto). Irritatie over inefficiënte communicatie tijdens een baantje in een Lelystadse supermarkt leidde zo'n tien jaar geleden tot het ontstaan van Speakap. Erwin van der Vlist en Van der Mijl bundelen daarin alle interne communicatie van een bedrijf. 'Dat was in de tijd dat Hyves heel groot was en Facebook nog nauwelijks bekend. Een paar handige vakkenvullers knutselden iets in elkaar dat op een soort bedrijfs-Hyves leek, zodat we makkelijk met elkaar konden communiceren, diensten ruilen en zo. Andere filialen zagen dat en wilden dat ook.'

Het tweetal nam het idee over en maakte er in 2009 een businessmodel omheen: Supermarktcentrale. Het bleef een bijbaan tot het bedrijf in 2011 naar Amsterdam verhuisde en er een ploegje programmeurs werd aangenomen. Van der Vlist: 'De eerste jaren waren dat veel ervaren jongens van Hyves, dat over de kop was gegaan. Nu komen ze ook van Booking.com en Catawiki.' Supermarktcentrale werd Speakap. Inmiddels werken er veertig mensen en zijn er verkoopkantoren in het buitenland. Bekende namen onder de driehonderd klanten zijn bijvoorbeeld MediaMarkt, het Okura hotel en McDonalds.

Het bijzondere van Speakap is volgens Van der Vlist en Van der Mijl dat alle bedrijfscommunicatie via één platform gaat. Van der Vlist: 'Concurrenten zoals Microsoft, maken in eerste instantie techniek. Onze applicaties zien er bewust uit als Facebook of WhatsApp. Dat kent bijna iedereen, dus dat is vertrouwd. Verkopers op een herenmodeafdeling willen gewoon hun rooster zien en kletsen met collega's.' ■

Kijk op www.opiniebladforum.nl voor de uitgebreide versie



