



NEDERLAND ICT

"Competing for Global Leadership"

Nederlandse software sector toont internationale ambitie op Software Industry Conference

De engelstalige Software Industry Conference SINC bij Spant! in Bussum vestigt aandacht op expansie van Nederlandse software bedrijven naar internationale markten.

De goed bezochte derde editie van het voormalig nationale Product Software Jaarcongres werd georganiseerd door CKC Seminars in samenwerking met Sjaak Brinkkemper (Universiteit van Utrecht), ondersteund door Nederland ICT/Software VOC.

Thema "Competing for Global Leadership"

Het thema van deze derde editie was Market Development & Internationalization; Competing for Global Leadership. Sprekers van internationale software bedrijven spraken over de laatste ontwikkelingen en hun belangrijkste uitdagingen in hun ambitie naar Global Leadership. De successen maar ook de 'lessons learned' droegen bij aan dag vol kennis en tips.

Veel Software bedrijven kijken naar het buitenland. Hoe pak je dat aan en is global leadership een must? Het SINC congres 2015 gaat over kennis delen door ondernemers die dagelijks bezig zijn de wereld te veroveren.

De onderwerpen waren: Exporting Software, Mergers, Acquisities en Hostile Take-Overs, Software Ecosystems, Platforms, App Stores, Security en duurzaamheid. Het programma bestond uit key-note presentaties met visies en ervaringen vanuit vooraanstaande organisaties, actuele best practices en workshops.

De dagvoorzitter Marianne Zwagerman zorgde voor een sprankelende sfeer op de podia. Elke spreker hield ze scherp om vooral voorbeelden te noemen. Dat maakt de verhalen van de sprekers herkenbaar in de praktijk.

Keynotes, workshops en sessies

Met het volle programma was het lastig kiezen tussen diverse sprekers en workshops. Hieronder een kleine selectie als impressie van de goede gevulde dag:

Arnold Smeulders (University of Amsterdam) over 'Software makes sense (of the world)'

Arnold Smeulders werkt al jaren aan software die van digitale foto's en video's uitrekent wat er op het plaatje of de video staat: een molen, een man, een kind, maar ook een bepaald type auto of een bepaald servies, enz.



Hij heeft zich als doel gesteld om software te ontwikkelen die bij alle plaatjes en beelden automatisch en foutloos van de juiste woorden plaatst. Woorden kun je rubriceren, indelen en vindbaar maken. Een schijnbaar onmogelijke opgave.

Als de foto en video-herkenbaarheid nog verder toeneemt, kan straks de Tesla bijvoorbeeld zelf beslissingen nemen op basis van de databank met herkenbare situaties.

Vanaf 2003 deed Arnold Smeulders mee met een competitie van het NIST, het Amerikaanse instituut van standaarden. De wedstrijd was om zo veel mogelijk beelden te herkennen.

Dat was de motor achter de vernieuwing en kwamen daar ook bedrijven als Microsoft en IBM Research tegen.

Het verdienmodel was nog niet zo makkelijk gevonden. De eerste klant was Nederlands Forensisch Instituut. Er zijn talloze nieuwe praktische mogelijkheden waarbij softwarematig keuzes gemaakt worden. Zo werd een app bedacht die de foto's kan ordenen op thema. De app werd een internationaal succes. Er verschenen artikelen in diverse technologie blogs en hij werd ook in Japan genoemd. Na die publiciteit werd Euvision overgenomen door Qualcomm.

Pierre Guelen van Planon: "How to build an International software business and still stay in control"

Met het saas verdienmodel moet je echt bottom-up klanten werven en landen veroveren. Meer vanuit het land zelf kijken hoe de sales verloopt, de cultuur van het land opsnuiven. Pierre bezoekt als CEO de landen om te luisteren naar de markt. In het land een team opbouwen met de Planon cultuur. En altijd een locale Managing Director om de drempel met (nieuwe) klanten te verlagen.

Magic kwadrant is geen garantie op succes

Door de vermelding van Planon in het Gartner Magic kwadrant wordt je bijvoorbeeld in Hong Kong gevraagd door een potentiële klant. Dat is heel mooi, maar als je de cultuur en specifieke uitdagingen van de ondernemer in het land niet kent, zal de deal niet doorgaan. Ook in de US moet je weer van onderaf opbouwen, ook al bestaat je bedrijf al tig jaar. Enkele quotes:

- Product software is a global market
- Grow fast or die!
- You are always 18 months away from complete failure.

Johan den Haan van Mendix: "The rollercoaster ride called Mendix: building a global software product company"

Amerika veroveren doe je alleen als je zegt dat je Headquarter in Amerika ligt. De CEO van Mendix is naar de US verhuisd om te laten zien dat het een US company is. Omdat de Amerikaanse markt zo groot is met veel gebruikers van software en apps, is het land een 'must' als je internationaal wil groeien. En daar ben je een héél klein bedrijf tussen alle concurrenten.



Bij de klant binnenkomen

Het is zoeken naar de juiste propositie, waardoor krijg je in Amerika de juiste aandacht? Een vermelding in Forrester, IDC of Gartner kan hét vehikel zijn voor Leadership.

Mendix heeft een tijdje gezocht naar waarin zij leider zijn in de US, je wilt ergens als leider genoemd worden. Na diverse experimenten ontdekten ze dat je ook een leider kunt worden in een nieuwe categorie. Zo is het gelukt om bij Forrester op nummer twee te komen in een nieuwe categorie "Enterprise Public Cloud Platforms For Rapid Developers". Met die kwalificatie gaan deuren makkelijker open.

Martijn Feekes van Exact: "The Exact Online App Center: a vital ingredient of the ecosystem"

Geheel vanuit ervaringen vertelt Martijn over de opbouw van de Axact Cloud. Hij kreeg als kersverse Director Ecosystem & App Center de opdracht mee van CEO Erik van der Meijden: "*We will become a leading global cloud company*".

Martijn is snel gestart om de tak Ecosystem & App Center op te bouwen. Veel uitdagingen in een korte tijd: hoe kun je in een paar maanden een werkend platform optuigen. Een pittige beslissing was om de SDK (software development kit) en een API uit te brengen, zodat op het platform apps door diverse partners gebouwd kunnen worden. En gebruikers kunnen vanaf datzelfde platform hun apps direct afnemen.

Doordat het platform goed toegankelijk is kwam er sneller het nodige volume. Als eerste werkte het platform in Nederland en aan het eind van 2014 waren er 220 apps beschikbaar in de vier belangrijkste landen.

Dr. Karl-Michael Popp (SAP): "What frequent acquirers expect from software vendors"

SAP maakt vaart met overnames om het bedrijf internationaal sterk te blijven ontwikkelen. Dr. Karl-Michael Popp is gespecialiseerd in het acquireren van software bedrijven die een aanvulling vormen op wat SAP al kan en wat past binnen de strategie.

Hij verreekte zijn presentatie met voorbeelden uit de praktijk. Voor een koper is het belangrijk om vóór de due diligence al te weten hoe groot de kans is dat er iets niet 'klaar' voor is. Als een bedrijf bijvoorbeeld voor een deel open source software gebruikt, kan dat het IP in gevaar brengen. Ook onvoldoende gedocumenteerde software vormt een risico.

SAP heeft een eigen partner netwerk. In de praktijk blijkt dat een partner een heel goede overname kandidaat kan worden. Niet omdat hij partner is, maar omdat hij de werkwijze en cultuur van SAP al kent en omdat hij aangetoond heeft een betrouwbaar bedrijf te zijn.



NEDERLAND ICT

Goede sfeer en kennisdelen

Net als voorgaande jaren was de stemming onder de bezoekers zeer goed. Software ondernemers zijn nieuwsgierig naar elkaars ervaring over het internationale avontuur. Ook onderzoeken en innovaties vanuit universiteiten worden sterk gewaardeerd als aanvulling op de dagelijkse praktijk.

Bij de afsluiting nodigde mede-organisator Sjaak Brinkkemper iedereen alvast uit voor het congres in 2016!

Verslag van Sibren van der Burgt, interim programma manager Software VOC van Nederland ICT.