

BLIKVANGER

Leslie Cottenjé, ceo Hello Customer

‘Ik gruw van het woord start-up’

‘Onderschat worden is een fantastische positie. Je hebt meer ruimte om jezelf te bewijzen.’ Leslie Cottenjé (33) omschrijft zichzelf als een *overachiever*, en na deze week heeft ze daar sterke argumenten voor. Haar bedrijf Hello Customer haalde ruim 2 miljoen euro op bij investeerders.

VAN ONZE REDACTRICE

GOELE DE CORT

GENT | Officieel is Hello Customer – een vijftienkoppige onderneming gevestigd in een herenhuis aan het Gentse Zuid – na een succesvolle kapitaalronde geen start-up meer, maar een scale-up. Het doet Cottenjé even met de ogen rollen. ‘Ik gruw van die woorden. Ik heb weinig met de hele start-upcultuur. Je ziet een nood, je wil een oplossing bieden, en dat liefst zo snel mogelijk. Of dat nu met technologie is of iets anders. Ik wilde vooral zo snel mogelijk weg uit de opstartfase.’

Liever heeft ze het over haar bedrijf. Cottenjé brengt haar verhaal met veel passie. ‘Over je product praten, dat word je nooit beu.’ Hello Customer gebruikt artificiële intelligentie om commentaren van klanten te analyseren, legt ze uit. Spontane commentaren, via e-mail maar ook bijvoorbeeld op Facebook en in de toekomst via chatkanalen als WhatsApp. ‘Bedrijven werken vaak met vragenlijsten. Je moet dan de locatie, de prijzen en de vriendelijkheid van het personeel scoren. Maar zo kom je niet te weten wat klanten écht belangrijk vinden. In veel bedrijven hoor je ook alleen maar de ontevreden klanten. Waardoor je de klant als een vervelende zeur gaat beschouwen.’

Positieve feedback

Hello Customer stelt klanten maar twee vragen: welke score geeft u, en waarom? Op die antwoorden laat Hello Customer de artificiële intelligentie los die het bedrijf zelf ontwikkelde. ‘Uit open feedback leer je veel meer. Meestal is die ook positief en constructief. Bedrijven vragen vaak vooral naar wat beter kan. Maar positieve feedback is zo nuttig: het toont je waar je sterk in bent, waar de beste teams zitten en hoe zij het aanpakken, het motiveert je personeel. Klanten worden ineens leuke mensen.’

Cottenjé, vertaler-tolk van opleiding, en haar partners Joeri Pansaerts en Bram De Vos startten in 2015, nadat ze eerst al samen een digitaal agentschap runden. Ze merkten er dat bedrijven te weinig voeling hadden met klanten. ‘We voelden dat daar goud in zat. Vanaf het moment dat we een concept voor ogen hadden, liet het me niet meer los.’ De eerste versie van het platform werd vooral ’s nachts gebouwd. Ondertussen rekenen ze grote spelers uit uiteenlopende sectoren, zoals Lunch Garden en JBC, tot hun klanten. ‘Ik moet impact kunnen hebben,



Leslie Cottenjé: ‘Tja, het *gendergedoe*. Soms ben ik het beu, denk ik: stop met klagen, ga er gewoon voor.’ © Fred Debrock

dat is wat me drijft. Ergens een steen verleggen. Dat dat nu lukt, is geweldig.’

De kapitaalronde is een mijlpaal voor Hello Customer. ‘Maar dan vooral omdat het een bevestiging is, een fundament voor de toekomst. Kapitaal ophalen is geen doel op zich, wat in het wereldje soms wel zo lijkt te zijn. Dit zet ons potentieel in de verf, maar tegelijk bezorgt het me meer stress dan voordien. Nu moeten we het waarmaken. Voor we het geld ophaalden, draaiden we break-even. Nu gaan we andermans geld uitgeven zonder gegarandeerde inkomsten.’

Sommige vrouwelijke ceo’s in de tech-wereld praten graag over hun uitzonderingspositie. Anderen worden er liever niet op aangesproken. Wat kiest Cotten-

jé? ‘Tja, het *gendergedoe*. Soms ben ik het beu, denk ik: stop met klagen, ga er gewoon voor. Al die negatieve berichtgeving gaat nog ontmoedigend werken. Ik was vroeger ook onzeker, dat is misschien iets vrouwelijks, maar ik heb geleerd van de mannen. Van vooroordelen merk ik weinig. De weinige keren dat het toch gebeurt, is het vaak zo flagrant dat ik het eerder als grappig dan als beledigend ervaar. Toch geloof ik dat onbewuste vooroordelen wel degelijk bestaan.’

‘Uiteindelijk moet je je als ondernemer altijd aanpassen aan de context, dus dat doe ik ook. Ik ken weinig andere vrouwen in mijn positie, maar diegenen die ik ken zijn net zoals ik: ze willen zich keihard bewijzen.’

‘Je ziet een nood, je wil een oplossing bieden, en dat liefst zo snel mogelijk. Of dat nu met technologie is of iets anders’