



WHEN LUCK MEETS PREPARATION

Leslie Cottenje | Hello Customer

Leslie Cottenjé was altijd een ondernemer met een missie. Ze kon geen steen zien liggen of hij moest herlegd worden. Eerst Pureplexity en later Hello Customer zijn zeldzame succesverhalen van drie obsessievelingen die samen een ideaal ondernemerstrio in technologie is. Joeri steunt van achter de schermen – letterlijk - het boegbeeld van het bedrijf Leslie en port haar aan om verder te gaan dan Leslie soms durfde springen. Bram De Vos ademt sales en is Leslie's sparring partner in thinking big. Ze moesten meer dan gewoon een bedrijf bouwen in Brugge. De hardware en de software – de vierkante meters en de dynamics – zijn even belangrijk. In 2015 verhuist het bedrijf naar een bruisende plaats voor scale-ups: Gent. Zo werd Hello Customer één van de talrijke West-Vlaamse topstartups in Gent. In Hoek af kom je ook nog Gentse West-Vlamingen Maarten Vandenbroucke, Bruno Louwagie en Dominique Adriansens tegen. Niet niks qua brain gain voor smart city Gent.



PITCH

Hello Customer is een intelligent feedback platform dat inzicht verschaft in de customer experience. Wij brengen die interactie tussen klant en winkel van boven tot beneden in kaart. Survey platformen bestaan er al genoeg. Wij zijn een platform dat luistert naar wat de klant jou te vertellen heeft. We stellen maar 2 vragen: 'Zou u dit aanbevelen?' en 'Waarom'? Met onze eigen algoritme komen we uit die open feedback te weten waar klanten van wakker liggen.

De stupid data, cijfertjes en statistieken, kennen bedrijven al jaren. Wij ontdekken de waarom daarachter.

Gigantisch frustrerend

Ik ben altijd een bezige bij geweest. Ik ben beginnen werken op mijn 15de in een speeldorp elke woensdag, zaterdag en zondagmiddag. Na een half jaar begon ik de boel daar te runnen: de boekhouding, de mensen die moesten komen werken, de volgens mij noodzakelijke ingrepen doen. Maar ik liep overal met mijn hoofd tegen de muur. Ik zat altijd vol ideeën en wilde van alles doen, maar ik was altijd de ambetanterik terwijl de mensen gerust gelaten wilden worden.

Ik vertrok voor een jaar naar Barcelona, waar ik onder andere bij Hard Rock Café heb gewerkt. Drie euro per uur, tussen de Zuid-Amerikanen. We woonden allemaal in een kamer, want een appartement alleen was niet betaalbaar. Dat maakte me vastberaden om mijn leven betekenisvol te maken. Tijdens mijn studies daarna op de Erasmus Hogeschool in Brussel kreeg ik gelukkig veel vrijheid. Men aanvaardde dat ik heel zelfstandig studeerde en niet altijd in de les was. Daarna ben ik bij Vlerick beginnen werken. Voor ik afgestudeerd was, was ik er al verantwoordelijk voor alle online marketing.

Ik vond dat we meer moesten doen met veel van de waardevolle Vlerick research die in kasten bleef zitten. Ik wilde een platform bouwen met videofilmpjes waarop al die academische teksten werden omgeturnd tot hapklare inzichten voor managers. Dat iets 'niet gaat' is voor mij gigantisch frustrerend. We hebben daarom dit project deels buiten de business school uitgewerkt.

Dat was voor mij het signaal dat ik mijn eigen weg moest gaan, daarin aangespoord door Joeri, mijn vriend. Hij fluisterde me in zelfstandig te worden. Dat was nog nooit in mij opgekomen. Dan heb ik mijn eerste vakantie in 5 jaar genomen. Onderweg naar huis zei Joeri: 'Ik zie je voor de eerste keer in 2 jaar écht lachen'. Ik heb de volgende week mijn ontslag gegeven en de volgende maand Pureplexity opgericht.

Een agency dat websites en apps bouwt voor de klanten van organisaties, dat leek ons de volgende logische stap.

Online beleving

De naam Pureplexity is een samentrekking van pure en complexity. Wij bouwden websites voor users in plaats van websites over een bedrijf. Daar was wel nood aan. Zo vond ik dat touch applicaties in musea zo zielloos en onaantrekkelijk waren voor de gebruiker. Zo bouwden we een website voor een baksteenproducent die we overtuigden dat een particulier geen info over bakstenen wil, maar over een mooie gevel.

Van Pieterjan Bouten van Showpad hoorde ik de quote 'Luck is what happens when preparation meets opportunity'. Toeval bestaat niet. Na onze opstart konden we een groot project van 1,5 jaar doen met Kazerne Dossin, het Holocaust museum in Mechelen. Twee jaar daarvoor hadden wij de website verantwoordelijke van het museum uit de brand geholpen. Ze belde ons om advies. We zaten helemaal op dezelfde golflengte, waardoor wij finaal gekozen werden voor het project.

Wij waren overtuigd dat de culturele sector ons segment was. Wij deden dat ook graag en met veel succes. Werken voor een museum was ontzettend boeiend. We bouwden niet alleen de website, maar trokken ook een heel nieuwe populatie aan voor Kazerne Dossin door de interactieve beleving die we in het museum brachten. Auschwitz en Birkenau namaken in 3D was een unieke en intense samenwerking. We stonden zo dicht bij een zeer aangrijpend en onbegrijpelijk stukje uit onze geschiedenis, het was life-changing.

Administratieve molen

Maar het bleek eenmalig. We hebben daarna aan een aantal aanbestedingsdossiers meegedaan zonder een tweede klant te vinden. We haalden het niet omdat de tegenpartij ernstig onder de prijs ging. Of omdat één of ander administratief document ontbrak in ons dossier. Dat frustreerde ons gigantisch. Wij waren een creatief bureau dat concepten bedenkt en geen energie wil steken in 100 pagina dossiers op de komma na te pluizen.

Een overheidsaanbesteding is nadelig voor startups. We konden meestal zelfs niet meedoen. Ze eisten dat we een miljoen euro omzet hadden, een aantal jaren bestonden, meerdere mensen in dienst hadden. Je moest van iedereen de cv's voorleggen en klantenlijsten. Om nog maar te zwijgen van de concepten die je vaak al moest uitwerken om je kandidaat te stellen. Een heel harde periode was dat. Het contract met Kazerne Dossin liep af en we hadden niets anders in handen omdat we een half jaar met aanbestedingen verloren hadden. We deden sindsdien nog projecten in de culturele sector waarbij we niet in die administratieve molen terecht kwamen. Voor vzw's met oog voor creativiteit was het leuk werken. De harde conclusie: we vonden het gat in de markt, maar er was geen markt in het gat.

Ondertussen kregen we enige weerklank omdat we werkten voor Club Brugge. Dat begon geweldig. Wij en 4 andere grote en goede bedrijven waren uitgenodigd bij onder meer Bart Verhaeghe. Groot was onze verrassing toen ze voor ons kozen net omwille van onze focus op user experience. Wij hebben het intern sportdataplatform gebouwd waarbinnen spelers minutieus opgevolgd worden. Dat maakte opvolging en zaken

Gigantisch frustrerend

Ik ben altijd een bezige bij geweest. Ik ben beginnen werken op mijn 15de in een speeldorp elke woensdag, zaterdag en zondagmiddag. Na een half jaar begon ik de boel daar te runnen: de boekhouding, de mensen die moesten komen werken, de volgens mij noodzakelijke ingrepen doen. Maar ik liep overal met mijn hoofd tegen de muur. Ik zat altijd vol ideeën en wilde van alles doen, maar ik was altijd de ambetanterik terwijl de mensen gerust gelaten wilden worden.

Ik vertrok voor een jaar naar Barcelona, waar ik onder andere bij Hard Rock Café heb gewerkt. Drie euro per uur, tussen de Zuid-Amerikanen. We woonden allemaal in een kamer, want een appartement alleen was niet betaalbaar. Dat maakte me vastberaden om mijn leven betekenisvol te maken. Tijdens mijn studies daarna op de Erasmus Hogeschool in Brussel kreeg ik gelukkig veel vrijheid. Men aanvaardde dat ik heel zelfstandig studeerde en niet altijd in de les was. Daarna ben ik bij Vlerick beginnen werken. Voor ik afgestudeerd was, was ik er al verantwoordelijk voor alle online marketing.

Ik vond dat we meer moesten doen met veel van de waardevolle Vlerick research die in kasten bleef zitten. Ik wilde een platform bouwen met videofilmpjes waarop al die academische teksten werden omgeturnd tot hapklare inzichten voor managers. Dat iets 'niet gaat' is voor mij gigantisch frustrerend. We hebben daarom dit project deels buiten de business school uitgewerkt.

Dat was voor mij het signaal dat ik mijn eigen weg moest gaan, daarin aangespoord door Joeri, mijn vriend. Hij fluisterde me in zelfstandig te worden. Dat was nog nooit in mij opgekomen. Dan heb ik mijn eerste vakantie in 5 jaar genomen. Onderweg naar huis zei Joeri: 'Ik zie je voor de eerste keer in 2 jaar écht lachen'. Ik heb de volgende week mijn ontslag gegeven en de volgende maand Pureplexity opgericht.

Een agency dat websites en apps bouwt voor de klanten van organisaties, dat leek ons de volgende logische stap.

Online beleving

De naam Pureplexity is een samentrekking van pure en complexity. Wij bouwden websites voor users in plaats van websites over een bedrijf. Daar was wel nood aan. Zo vond ik dat touch applicaties in musea zo zielloos en onaantrekkelijk waren voor de gebruiker. Zo bouwden we een website voor een baksteenproducent die we overtuigden dat een particulier geen info over bakstenen wil, maar over een mooie gevel.

Van Pieterjan Bouten van Showpad hoorde ik de quote 'Luck is what happens when preparation meets opportunity'. Toeval bestaat niet. Na onze opstart konden we een groot project van 1,5 jaar doen met Kazerne Dossin, het Holocaust museum in Mechelen. Twee jaar daarvoor hadden wij de website verantwoordelijke van het museum uit de brand geholpen. Ze belde ons om advies. We zaten helemaal op dezelfde golfengte, waardoor wij finaal gekozen werden voor het project.

Wij waren overtuigd dat de culturele sector ons segment was. Wij deden dat ook graag en met veel succes. Werken voor een museum was ontzettend boeiend. We bouwden niet alleen de website, maar trokken ook een heel nieuwe populatie aan voor Kazerne Dossin door de interactieve beleving die we in het museum brachten. Auschwitz en Birkenau namaken in 3D was een unieke en intense samenwerking. We stonden zo dicht bij een zeer aangrijpend en onbegrijpelijk stukje uit onze geschiedenis, het was life-changing.

Administratieve molen

Maar het bleek eenmalig. We hebben daarna aan een aantal aanbestedingsdossiers meegedaan zonder een tweede klant te vinden. We haalden het niet omdat de tegenpartij ernstig onder de prijs ging. Of omdat één of ander administratief document ontbrak in ons dossier. Dat frustreerde ons gigantisch. Wij waren een creatief bureau dat concepten bedenkt en geen energie wil steken in 100 pagina dossiers op de komma na te pluizen.

Een overheidsaanbesteding is nadelig voor startups. We konden meestal zelfs niet meedoen. Ze eisten dat we een miljoen euro omzet hadden, een aantal jaren bestonden, meerdere mensen in dienst hadden. Je moest van iedereen de cv's voorleggen en klantenlijsten. Om nog maar te zwijgen van de concepten die je vaak al moest uitwerken om je kandidaat te stellen. Een heel harde periode was dat. Het contract met Kazerne Dossin liep af en we hadden niets anders in handen omdat we een half jaar met aanbestedingen verloren hadden. We deden sindsdien nog projecten in de culturele sector waarbij we niet in die administratieve molen terecht kwamen. Voor vzw's met oog voor creativiteit was het leuk werken. De harde conclusie: we vonden het gat in de markt, maar er was geen markt in het gat.

Ondertussen kregen we enige weerklank omdat we werkten voor Club Brugge. Dat begon geweldig. Wij en 4 andere grote en goede bedrijven waren uitgenodigd bij onder meer Bart Verhaeghe. Groot was onze verrassing toen ze voor ons kozen net omwille van onze focus op user experience. Wij hebben het intern sportdataplatform gebouwd waarbinnen spelers minutieus opgevolgd worden. Dat maakte opvolging en zaken

zoals blessurepreventie mogelijk. Superinteressant, maar alweer geen deuropener voor een markt die klaarlag om te veroveren.

Als klein bedrijf waren we gezond en maakten we winst, maar fnuikten we net zo onze eigen groei. Een jaar lang voelde het niet goed. We wilden niet in sales investeren om meer projecten binnen te halen met meer stress tot gevolg. Ons eerste gesprek met Wim Vanhaelemeesch en Conny Vandendriessche kwam aan als een bom. 'Vergeet die project business.' Nog enkele mensen waren dat jaar heel bepalend voor onze mindswitch. Jan Cools zei ons de harde waarheid. Hugo Van Damme lepelde het belang van sterke focus in. Tech ondernemer Espree Devora uit Californië stampte ons een extra portie American thinking in. Toen wisten we dat we een duurzamer business model wilden. Met de komst en drive van onze derde vennoot Bram vielen de stukjes helemaal op hun plaats.

Dubbele shift

Bram De Vos kwam aan boord als derde vennoot bij Pureplexity. We kenden hem al een tijd, vanuit ons netwerk, en door af en toe iets samen te doen. Bram was net als ik een heel gepassioneerd mens die de stroom van de rivier wilde verleggen. We voelden gewoon aan dat we samen sterker zouden zijn, en dat we met ons drie enorm aanvullend waren. We besloten de krachten te bundelen. We hebben dan eerst nog een jaar projecten gedaan onder Pureplexity, en zelfs nog een paar grote projecten opgestart. Maar tegelijk zetten we ons elke zaterdag met z'n drieën voor een whiteboard om een antwoord te zoeken op de vraag: 'waar willen wij als ondernemers naartoe?'

Het is op die tekentafel dat het idee voor Hello Customer ontstaan is. Joeri en ikzelf hadden al zo vaak vastgesteld dat bedrijven hun eigen klanten niet goed begrepen. Bram was daar vanuit zijn eigen consultancy ook alsmaar op uitgekomen. Dat was een pijn van bedrijven die wij wilden aanpakken. We wilden dat niet doen op project-basis, maar vanuit een product dat we zouden kunnen verkopen.

We waren vastberaden, maar het was een moeilijke periode. Onze bestaande klanten wilden we niet verwaarlozen, terwijl we aan Hello Customer werkten. Joeri heeft nachtenlang geprogrammeerd voor het nieuwe product om overdag de projecten uit te voeren. Dankzij Bram hadden we onze eerste 2 contracten al verkocht nog voor ons nieuwe platform er was. We konden Hello Customer financieren met de inkomsten van Pureplexity. We begonnen onze eerste gesprekken met kandidaat-investeerders wat voor ons een omwenteling was. Tot dan hadden we nooit een euro verlies gemaakt.

98

De dubbele shift werd onhoudbaar. Voor onze eigen gemoedsrust en om alle focus aan Hello Customer te geven, hebben we beslist Pureplexity geleidelijk aan over te dragen aan een ander agency.

We hadden daarmee nog altijd geen sterke financieringsmiddelen, maar wel al tijd gekocht. We kregen onze eerste financiële ademruimte van vrienden en familie die via win-winleningen zuurstof aan ons kersvers bedrijf gaven. Zij vertrouwden ons en geloofden in ons verhaal. Dat gaf ons vleugels! Na de succesvolle proof of concept zijn we naar Wim Vanhaelemeesch gestapt en op een paar maanden hadden we hem als investeerder én business partner aan boord.

De toekomst

We bereiden een volgende investeringsronde voor. Die knop is omgedraaid. Op minder dan een jaar hebben we een 30tal klanten. Onze verticals zijn fashion en retail enerzijds en service bedrijven zoals banken en recruiteringsbedrijven anderzijds. Wij doen eerst altijd een betalende proefperiode van 3 maanden met uitzicht op verlenging voor een jaar. De succesratio is momenteel 100%.

De nood op de markt is er. En dat voelt fantastisch. Dat betekent dat we onze plannen verder kunnen uitvoeren.



WARSCHAU BRUIST

Momenteel hebben we vooral gewerkt met Poolse ontwikkelaars. Aanwerven in België ging voor ons gewoon veel te traag. Arbeidskrachten zijn schaars en ze warm maken voor een startup ging niet vanzelf. Na 3 weken hadden we een inzetbaar team van 5 mensen in Warschau. Joeri heeft er 4 maanden verbleven tot onze ontwikkeling klaar was. Dat was pittig als jonge mama met een e-papa via Skype, maar zo zijn we nu eenmaal. We do what it takes.

Warschau en zijn startup scene heeft ons duidelijk gemaakt dat de nulmeridiaan niet door ons gat loopt in België. Warschau is uit zijn communistische voegen gebarsten. De jonge mensen zijn er ondernemender, goedkoper en in IT ook gewoon beter mee.

ROLMODELLEN

Ik trek me op aan mensen zoals Inge Geerdens en Conny Vandendriessche. Omdat het sterke vrouwen zijn, en omdat ze ondernemers zijn die serieus wat bereikt hebben. Ik heb al een heel lange weg afgelegd van een zoekende twintiger tot de ondernemster die ik vandaag ben. En ik hoop dat ik binnen tien jaar ook op zo'n palmares kan terugblikken als Conny en Inge.

Jan Cools heeft bij ons een aantal keer het bord volgetekend over hoe het bedrijf verder kon evolueren. Hij heeft zelfs nog de stift op tafel gegooid van colère omdat ik vond dat dat niet ging lukken. 'Je kunt dat wel.' Ik bewonder zijn zelfzekerheid en visie.

Je moet het leven zelf in handen nemen en je kansen zelf aangrijpen om iets te bereiken. Maar ik zou niet in een vacuum kunnen leven. Af en toe een babbel met succesvolle ondernemers doet gewoon heel erg deugd.

