



Triggre B.V.
Maanlander 14-B
3824 MP Amersfoort, The Netherlands

+31 88 044 05 66 | triggre.com

Chamber of Commerce: 56 25 20 72
VAT: NL8520.41.810.B01

STRATEGIC AGILITY

CONCURRENTIEVOORDEEL IN TURBULENTE TIJDEN

"There isn't the luxury of time. We used to say, 'Wait until this crisis is over and we get back to normal,' but that never happens. We have to be 'change animals'."

Michele McKenzie, IBM Global CEO Study

INHOUD

Inleiding

1. Op weg naar strategische wendbaarheid
2. Strategic agility system: IT als succesfactor
3. Aan de slag

Over Triggre

INLEIDING

Veranderingen volgen elkaar steeds sneller op en de impact ervan wordt steeds groter. Wilt u het voortbestaan van uw organisatie garanderen, dan moet u continu verbeteren en vernieuwen. Dat betekent: investeren in strategic agility (strategische wendbaarheid).

Strategic agility bestaat uit twee elementen die elkaar versterken. Aan de ene kant de behendigheid en lenigheid (*agility*) om kansen te benutten die ontstaan door ontwikkelingen in de markt. Aan de andere kant de veerkracht en robuustheid (*resiliency*) om de gevolgen van grote en onvoorziene veranderingen op te vangen. Waar het bij *agility* gaat over het vermogen om kansen te zien en te benutten, gaat *resiliency* over het vermogen om adequaat te reageren op onverwachte veranderingen. Door *agility* en *resiliency* in samenhang te bekijken, versterken ze elkaar en investeert u in een strategisch wendbare organisatie die klaar is voor de toekomst.

WENDBAAR MET FLEXIBELE PROCESSEN EN IT

Onder strategic agility verstaan wij het vermogen van een organisatie om haar strategische koers snel en effectief te bij te stellen, anticiperend of reagerend op kansen en bedreigingen in haar omgeving. Wilt u ook de strategische wendbaarheid van uw organisatie vergroten, dan is het cruciaal dat uw processen en vooral IT-systemen uiterst flexibel zijn. Zodat u ze snel kunt aanpassen als nieuwe marktkansen zich aandienen of uw strategische prioriteiten veranderen. Vooral de systemen die u ondersteunen bij differentiatie en innovatie verdienen daarbij extra aandacht.

In deze whitepaper delen we graag onze kennis op het gebied van strategic agility met u. Daarnaast bieden we u handvatten om de strategische wendbaarheid van uw organisatie te vergroten. En we introduceren ons nieuwe product dat u daarbij ondersteunt: Triggre.

Mark Hulshof en Jesse Meijers

Bedenkers van Triggre

September 2013

1. OP WEG NAAR STRATEGISCHE WENDBAARHEID

Strategic agility biedt uw organisatie concrete handvatten om op strategisch niveau de balans te vinden tussen verschillende en vaak conflicterende organisatiedoelen. Zodat uw organisatie makkelijker anticipeert op toekomstige veranderingen en zich sneller kan aanpassen. Daarmee vergroot u het concurrentievermogen en de winstgevendheid van uw organisatie.

STRATEGISCH WENDBAAR OP DRIE NIVEAUS

Strategisch wendbare organisaties zijn wendbaar op strategisch niveau, op business-portfolioniveau en op operationeel niveau. U herkent en benut marktkansen, zodat u op het juiste moment innovatieve producten kunt introduceren. Uw organisatie kan volgens professor Donald Sull van de London Business School (2009) op drie niveaus wendbaarder worden:

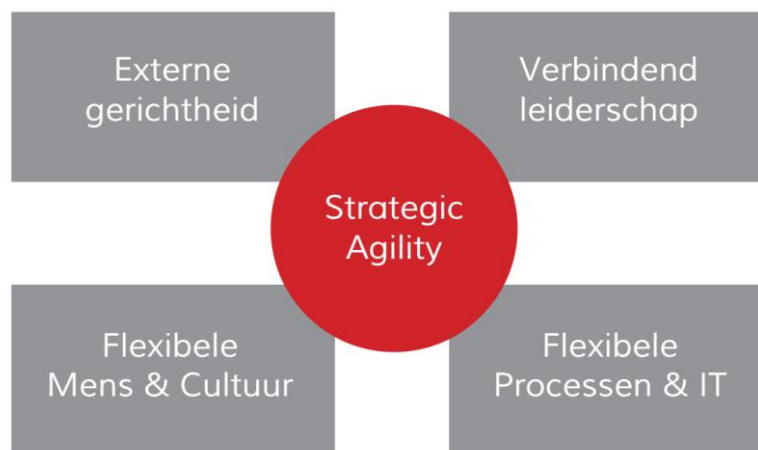
- **strategisch niveau (strategic agility):** hierbij gaat het vooral om het herkennen en benutten van marktkansen en 'game-changing opportunities'. Denk aan bedrijven als Apple, Philips, Google, Fujifilm en DSM die voortdurend nieuwe innovatieve producten en diensten introduceren.
- **business-portfolioniveau (portfolio agility):** bij dit niveau gaat het om het snel en efficiënt herverdelen en herplaatsen van werknemers, middelen en geld van minder presterende gebieden naar product-marktcombinaties die kansrijker zijn. Dit is bijvoorbeeld het terrein van bedrijven als KPN, Unilever, Randstad, bol.com en banken en verzekeraars.
- **operationeel niveau (operational agility):** hierbij gaat het om slim benutten van kansen binnen een bepaald bedrijfsgebied. Hierin blinken vooral 'operational excellence'-bedrijven uit als Wehkamp, Dell, Ryanair, Zalando en diverse internetbedrijven, onderwijsinstellingen en zorgorganisaties.

Veel traditionele bedrijven vertrouwen alleen op operational agility of portfolio agility. Met als resultaat dat de wendbaarheid vaak beperkt blijft tot de IT-afdeling. Maar in de huidige markt is het essentieel dat uw organisatie veerkrachtig is en dat bereikt u alleen door ook op strategisch niveau wendbaar te zijn.

BOUWSTENEN VOOR STRATEGISCHE WENDBAARHEID

Om op alle niveaus strategisch wendbaar te zijn, richt u zich op vier bouwstenen: externe gerichtheid, verbindend leiderschap, flexibele werkorganisatie en flexibele processen en IT. Hoe u dat realiseert? Er zijn in hoofdlijnen vier essentiële bouwstenen om uw organisatie op alle drie de genoemde niveaus strategisch wendbaar te maken:

- externe gerichtheid
- verbindend leiderschap
- flexibele mens en cultuur
- flexibele processen en IT



Figuur 1. Bouwstenen van Strategic Agility

EXTERNE GERICHTHEID

Extern gerichte organisaties monitoren continu hun omgeving en verzamelen inzichten. Zo signaleren ze tijdig trends, ontwikkelingen, kansen en bedreigingen en zijn ze 'strategisch alert'. Om zelf alerter te worden, kunt u gebruikmaken van bekende methoden als marktonderzoek en trendwatching. Maar het is minstens zo belangrijk om op internationaal, nationaal en lokaal niveau nauw samen te werken met klanten, leveranciers, stakeholders, kennisinstututen, onderwijsinstellingen, brancheorganisaties, consumentenorganisaties en ondernemersnetwerken. Hoe groter uw externe gerichtheid, hoe groter de kans dat u nieuwe marktkansen of bedreigende ontwikkelingen op tijd ontdekt en zo de mogelijkheid heeft om er snel op in te spelen.

P&G innoveert met open platform

Om de interne en externe kennis met elkaar te verbinden, introduceerde levensmiddelenproducent Procter & Gamble (P&G) het Connect & Develop-platform. Hiermee maakte P&G de afgelopen tien jaar de omslag van *research and develop* naar *connect and develop*. P&G schrijft 50 procent van de innovaties en ruim honderd nieuwe marktintroducties toe aan het open innovatieplatform.

Bron: Klant in de driver's seat, 2012

VERBINDEND LEIDERSCHAP

De top van de organisatie moet zorgen dat intern 'alle neuzen dezelfde kant op staan'. Essentieel daarbij is dat de organisatie prioriteiten stelt die businessunits en afdelingen overstijgen. Want flexibel meebewegen met de omgeving betekent soms dat u processen, systemen, mensen, middelen en budgetten moet verplaatsen. Verbindend leiderschap betekent ook dat u managers en externe partijen betreft bij de strategievorming. Door in een vroeg stadium ideeën breed te delen en de mening van anderen te vragen, nemen de slagingskansen toe en voorkomt u tunnelvisies. Ook draagt het bij aan een sterke organisatie-identiteit en gezamenlijke waarden, dat zijn immers dé ingrediënten voor *resiliency* van de organisatie.

FLEXIBELE MENS EN CULTUUR

Strategische wendbaarheid betekent het einde van hiërarchische, bureaucratische en top-downgestuurde organisaties. Taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden legt u zo laag mogelijk in de organisatie, om snel te kunnen beslissen als de situatie daar om vraagt. Belangrijk daarbij zijn nauwe samenwerking, het vrij kunnen delen van kennis en informatie en een cultuur van risico's durven nemen en fouten mogen maken. Medewerkers en teams zijn mobiel en kunnen snel op andere businessunits en afdelingen aan de slag als de strategische prioriteiten van het bedrijf wijzigen. Door gebruik te maken van de 'flexibele schil' stemt u de kennis en capaciteit van uw organisatie à la minute af op de vraag van de markt.

FLEXIBELE PROCESSEN EN IT

Rigide bedrijfsprocessen en inflexibele IT-systemen zijn vaak grote obstakels voor organisaties die snel veranderingen willen doorvoeren en marktkansen willen benutten. Het flexibiliseren van processen en IT staan dan ook hoog op de agenda van directies. U kunt processen en IT flexibeler maken door nieuwe concepten en hulpmiddelen toe te passen, zoals proces- en IT-frameworks, standaardisatie, modularisatie, softwareconfiguratie en *software as a service* (SAAS). Hierdoor kunt u processen en IT-systemen snel aanpassen als nieuwe marktkansen zich aandienen of strategische prioriteiten wijzigen. Digitale technologieën zet u niet alleen in voor nieuwe producten en diensten, maar ook om de bedrijfsvoering opnieuw in te richten, nieuwe businessmodellen te ontwikkelen of waardeketens te optimaliseren.

Innovatieve schoorsteenbouwer

Regeren is vooruitzien en dat betekent het voortdurend monitoren van ontwikkelingen en trends in de markt. Dat geldt niet alleen voor multinationals maar ook voor bedrijven in het midden- en kleinbedrijf. Deze kunnen je namelijk dwingen om de koers van je bedrijf aan te scherpen of zelfs geheel te verleggen. Zo ontwikkelde schoorsteenbouwer Array Industries zich met behulp van Syntens en TNO tot CO₂-specialist. Ondernemer Rob Ernst zag de markt voor stalen schoorstenen teruglopen, vooral in de utiliteitsbouw. Maar ook een andere afzetmarkt, de tuinbouwmarkt, staat door de economische recessie onder druk. Hij investeerde zijn winst in kennis en besloot zijn blik te richten op de industrie. Met maatwerkoplossingen in schoorsteen gerelateerde producten, maar vooral door zich te specialiseren in hightech CO₂-scheiding en -afvangst. De installaties waar Array Industries aan werkt, komen straks terecht bij alle grote energieproducenten. Bijvoorbeeld bij kolencentrales zodat die in de toekomst kunnen blijven draaien, zonder dat schadelijke broeikasgassen vrijkomen.

Bron: Syntens.nl, 2012

IN VIER STAPPEN STRATEGISCH WENDBAAR

Voor een strategisch wendbare organisatie is het dus van belang dat u extern gericht bent, verbindend leiderschap toont, uw mensen en cultuur flexibel zijn en dat ook de processen en IT die flexibiliteit vertonen. Om dit te realiseren en blijvend te verbeteren, doorloopt uw organisatie een continu proces dat uit vier fasen bestaat:

1. signaleren
2. analyseren
3. mobiliseren
4. operationaliseren & leren

SIGNALEREN

De eerste stap is het signaleren van een verandering die aan de gang is of in de nabije toekomst optreedt. Welke maatschappelijke, consumenten- en technologische trends en ontwikkelingen ziet u? Welke nieuwe markten, concurrenten en klantgroepen dienen zich aan? Kijk daarbij globaal, nationaal en lokaal, maar ook binnen en buiten uw branche. Welke krachtenvelden verschuiven en welke disruptieve technologieën dienen zich aan? In deze fase zoekt u continu naar signalen waar u misschien op moet anticiperen of reageren.

ANALYSEREN

Vervolgens analyseert en prioriteert u signalen waarvan u denkt dat ze belangrijk zijn. Wat is de aard, snelheid en impact van de verandering? Hoe moet en kan uw organisatie daarop anticiperen of reageren? Welke signalen pakt u als eerste op en wat betekent dat voor uw producten, processen, IT-systemen, medewerkers en strategische prioriteiten? Schat u trends en ontwikkelingen niet op de juiste waarde, dan kan dat grote gevolgen hebben. Zo miste computerbedrijf Digital de PC-revolutie en dat was het begin van het einde voor dit wereldbedrijf (zie kader).

Digital mist PC-revolutie

Digital Equipment Corporation (DEC en later Digital) was een van de pioniersbedrijven in de Amerikaanse computerindustrie. Digital bracht in 1964 als eerste bedrijf met succes een minicomputer op de markt. Op zijn hoogtepunt in de jaren tachtig was Digital de een-na-grootste computerfabrikant ter wereld met meer dan 100.000 werknemers. In 1977 introduceerde nieuwkomer Apple met de Apple II de eerste succesvolle 'Personal Computer' met een monitor en toetsenbord. Computergigant IBM volgde in 1981 met zijn eerste pc. En Digital? Dat bleef minicomputers met eigen technologie ontwikkelen die steeds minder populair werden. Uiteindelijk werd Digital in 1998 overgenomen door Compaq, dat later is opgegaan in HP.

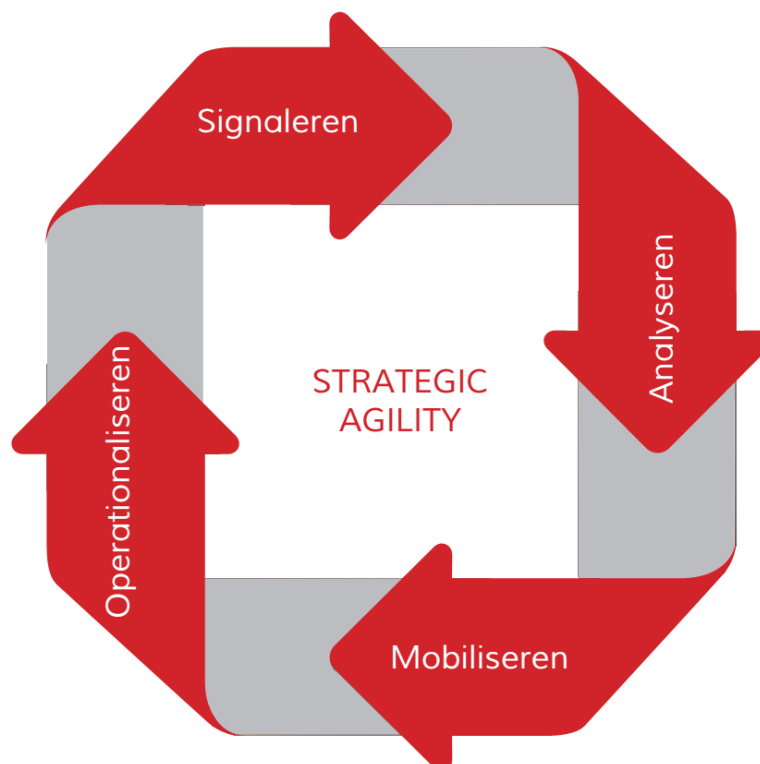
Bron: Innovatieblunders.nl, 2013

MOBILISEREN

In deze fase mobiliseert u mensen, middelen en budgetten. Daarvoor kunt u gebruikmaken van de lean startup-methode. Met deze methode worden 'prototypes' van organisatieveranderingen, productinnovaties, procesaanpassingen, IT-applicaties of nieuwe diensten ontwikkeld en in de praktijk getest en verbeterd. Bij Cisco besteden managers bijvoorbeeld 30 tot 40 procent van hun tijd aan het leiden van crossfunctionele projectteams, zodat ze meerdere innovatieve projecten tegelijkertijd succesvol kunnen afronden.

OPERATIONALISEREN & LEREN

In deze vierde en laatste fase optimaliseert u de bedrijfsvoering en richt u zich op verdere ontwikkeling van de markt. De focus verschuift van een snelle time-to-market naar een kosteneffectieve time-to-deliver. Dat betekent dat u minder aandacht besteedt aan iteratieve ontwikkeling met snelle feedbacklusen en niet meer streeft naar verbetering en groei, maar meer aandacht schenkt aan de organisatie, structuur, kostenefficiency en financiële beheersing.



Figuur 2. Proces van Strategic Agility

2. STRATEGIC AGILITY SYSTEM: IT ALS SUCCESFACTOR

In het vorige hoofdstuk kwam al naar voren dat flexibele processen en IT essentieel zijn voor een strategisch wendbare organisatie. Veel managers zien IT-flexibiliteit steeds meer als de motor voor concurrentievoordeel. Niet vreemd, want uit onderzoek van BTM blijkt dat organisaties met een multidisciplinaire en geïntegreerde business- en IT-aanpak betere financiële resultaten boeken dan branchegeenoten. Leg daarom ook in uw organisatie de focus op IT-systemen die het verschil kunnen maken. Bijvoorbeeld het strategic agility systeem Triggre.

FINANCIËEL VOORDEEL EN CONCURRENTIEVOORDEEL

Uit onderzoek van MIT Sloan komt naar voren dat bedrijven die meer agile zijn 37 procent sneller groeien en 39 procent winstgevender zijn dan andere bedrijven. Ook besteden zij 3 procent minder budget aan IT. Naast deze financiële voordelen levert proces- en IT-flexibiliteit u concurrentievoordeel op. Zo kunnen bedrijven als Sony en Bol.com door hun extreme proces- en IT-flexibiliteit ontzettend snel reageren op de markt en nieuwe productconcepten en prototypes vervaardigen. Sony heeft bijvoorbeeld niet meer dan vijf dagen nodig om een prototype te ontwikkelen, terwijl concurrenten er vaak maanden over doen. En Bol.com heeft zijn software delivery geoptimaliseerd, zodat het nu elke vier weken een vernieuwde website met nieuwe functionaliteiten kan lanceren.

Sony's walkman

Sony paste de filosofie van business proces flexibility met succes toe bij de introductie van de walkman. Het was een extreme (radicale) innovatie waarvan consumenten en experts slechts konden inschatten of hij zou 'aanslaan' in de markt. Sony heeft toen besloten om een product en productlijn te ontwikkelen zodat het product heel snel kon worden aangepast en direct kon worden geproduceerd. Op deze wijze heeft Sony in het eerste jaar na introductie van de walkman bijna 300 productvarianten op de markt gebracht. De verkoopresultaten van de eerste productvarianten en de feedback van klanten en distributiepartners werden gericht gebruikt om bepaalde varianten verder uit te werken en andere varianten van de markt te halen. Sony heeft hiervoor wel moeten investeren in een flexibel productontwerp en een flexibel productieproces, wat niet zonder financieel risico was.

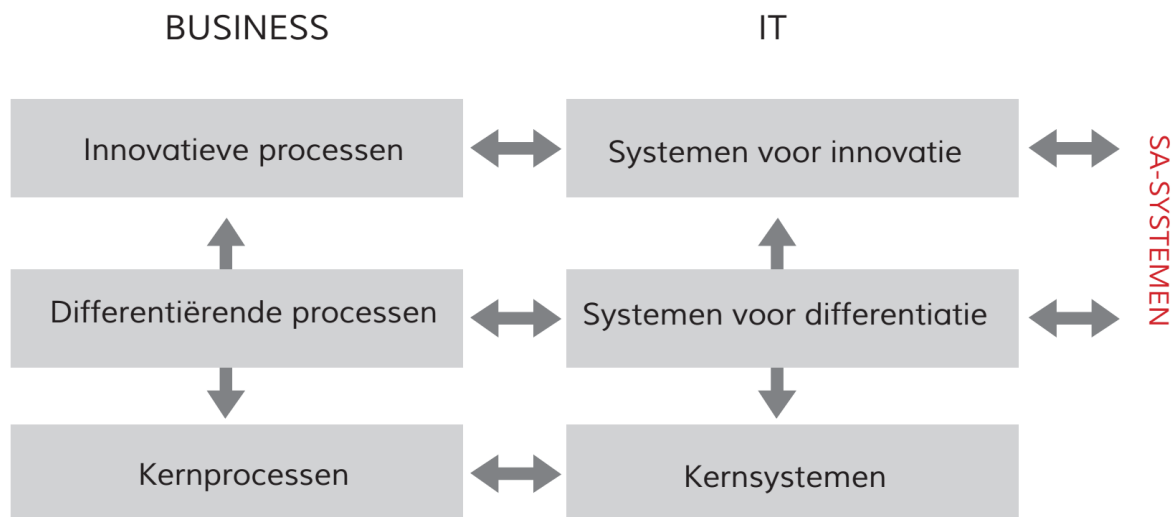
Bron: Klant in de driver's seat, 2012

PROCES- EN IT-FLEXIBILITEIT

Wilt u meer proces- en IT-flexibiliteit creëren, verdeel bedrijfsprocessen en IT-systemen dan in 'lagen' op basis van hun karakter en veranderingsgevoeligheid en ontwikkel ze afzonderlijk. Volgens Gartner (2012) heeft elke organisatie namelijk drie soorten processen die door IT worden ondersteund:

1. Kernsystemen: deze ondersteunen basisprocessen, zoals inkoop, logistiek en administratie.
2. Differentiatiesystemen: deze ondersteunen bedrijfsprocessen waarmee u het verschil maakt op de markt, zoals marketing, klantenservice en verkoop.
3. Innovatiesystemen: dit zijn de IT-systemen die nieuwe initiatieven ondersteunen, zoals de ontwikkeling en het vermarkten van nieuwe producten.

Basisprocessen vragen voornamelijk om stabiele, efficiënte en betrouwbare systemen. Differentiatie- en innovatiesystemen daarentegen moeten vooral flexibel zijn, omdat ze processen ondersteunen die vaak veranderen en waarbij strategische wendbaarheid het hardst nodig is. Om voor die flexibiliteit te zorgen, heeft u een nieuw soort ‘strategic agility-systeem’ nodig, waarmee u snel nieuwe en flexibele IT-systemen kunt ontwikkelen voor bedrijfsprocessen die uw concurrentiepositie bepalen. Hiervoor kunt u ons innovatieve softwaresysteem Triggre inzetten.



Figuur 3. Applicatie lagen model (Gartner 2012)

Zoeken naar de juiste balans

Standaardisatie wordt omwille van kostenefficiëntie en beheersing vaak te ver doorgevoerd waardoor de flexibiliteit van de organisatie afneemt. Op die manier gaat het streven naar ‘doing the things right’ het streven naar ‘doing the right things’ belemmeren. Het gaat er juist om steeds bewust te kiezen voor een bepaalde mate van standaardisatie en voor de opties tot verandering die daarbij nog openblijven. Met andere woorden: kiezen voor wat ‘je in beton giet’ moet worden bepaald door je perspectief op de door de omgeving gevraagde flexibiliteit. Toekomstrobustheid is het zodanig inrichten van de organisatie dat deze snel en flexibel kan inspelen op nieuwe, nu nog onbekende ontwikkelingen en tegelijkertijd bestaande producten en diensten concurrerend kan blijven aanbieden.

Bron: Noordam, 2006

DIFFERENTIËREN EN INNOVEREN MET TRIGGRE

Triggre is geen standaard ontwikkelplatform, maar een intelligente omgeving. Daarom noemen we het een strategic agility system. Met Triggre kunt u snel en gemakkelijk IT-systemen configureren en genereren. U ontwerpt en visualiseert in korte tijd bedrijfsprocessen, zodat u flexibel kunt inspelen op veranderingen. De bijbehorende portals, workflows, business rules en programma's worden vervolgens automatisch gegenereerd, getest en gebruiksklaar gezet. Met Triggre brengt u de ontwikkeltijd van nieuwe IT-systemen terug van maanden naar weken. Gevolg is dat ook de ontwikkel-, beheer- en exploitatiekosten een stuk lager zijn dan voorheen. Zo beperkt u het risico op langdurige IT-projecten met grote tijds- en budgetoverschrijdingen tot een minimum.

Kenmerken van Triggre

- Triggre is een gebruiksvriendelijke designertool met click-drag-and-drop-techniek.
- Triggre biedt een combinatie van configureren en automatisch testen.
- Mobiele ondersteuning is out-of-the-box beschikbaar.
- De modulaire architectuur is gebaseerd op open standaarden.
- Met Triggre kunnen out-of-the-box interfaces met kernsystemen worden gemaakt.
- Met Triggre worden portals, workflows en business rules gedefinieerd.
- Configureren en genereren in plaats van programmeren.

Voordelen van Triggre

- Lagere total cost of ownership (TCO).
- Het aanpassen en uitbreiden van ontwikkelde applicaties is net zo eenvoudig.
- Breidt gemakkelijk uit over meerdere (mobiele) platformen.
- Voeg gemakkelijk externe softwaremodules toe.
- Resultaat: flexibele IT-systemen als eindproduct.
- De focus gaat van ontwikkelaar naar bedrijfsanalist en/of kenniswerker.
- Geen IT-kennis en programmeerervaring nodig.
- Met Triggre gemaakte applicaties hebben een korte time-to-market.

3. AAN DE SLAG

Een strategische wendbare organisatie realiseert u niet van vandaag op morgen. Het begint met het vaststellen van een gezamenlijke visie en strategische prioriteiten. Op basis daarvan definieert u businessincrementen en stelt u een businessincrementenplanning op.

Tijdens elk businessincrement realiseert u een concreet bedrijfsdoel, waarmee u direct de strategische wendbaarheid van uw organisatie vergroot. Zo'n bedrijfsdoel kan bijvoorbeeld te maken hebben met marketing, innovatie of nieuwe vormen van samenwerking met klanten, leveranciers of businesspartners. Met deze aanpak speelt u snel in op veranderingen en kunt u tussentijds uw koers wijzigen.

LEAN STARTUP-METHODE

U voert ieder businessincrement uit via een vaste aanpak: de lean startup-methode. Hiermee kunt u snel inspelen op veranderingen en eventueel uw koers verleggen. Basis van de lean startup-methode is dat u elk businessincrement volgens een vaste fasering uitvoert:

- Fase 1: u bepaalt de scope, doelen en prioriteiten van het businessincrement.
- Fase 2: u stelt een crossfunctioneel team samen met meerdere disciplines en bij voorkeur ook vertegenwoordigers van klanten, leveranciers of andere externe partijen.
- Fase 3: u stelt een praktische businesscase, projectplan en go-/no-go-beslissing op.
- Fase 4: u maakt met een strategic agility system – zoals Triggre – een eerste 'prototype' van het resultaat. Bijvoorbeeld een prototype van een organisatieverandering, een productinnovatie of het ontwerp voor een nieuw IT-systeem. Vervolgens test u dit prototype, schaaft het bij en maakt het productierijp.
- Fase 5: u integreert het resultaat in de bestaande organisatie en schaaft het op. Bijvoorbeeld door een grootschalige marktintroductie of duplicatie naar andere businessunits, afdelingen, markten of klantgroepen. Zo creëert u een lerende organisatie, doordat organisatieonderdelen elkaars ervaringen en best practices gebruiken.

Na afronding van fase 5 start u met de uitvoering van het volgende businessincrement. Zo maakt u stap voor stap de omslag naar een strategisch wendbare organisatie.

Gevestigde dienstverleners over de digitaliseringslag

Senior vice president KPN Online, Coen Olde Olthof: "Je hebt een nieuw mentaal model nodig bij je managers. Grote concerns, en KPN is daarop geen uitzondering, investeren eerst heel veel tijd en geld in het opzetten van een pilot. Via allerlei vaststaande processen en systemen, waar iedereen eerst zijn zegje moet doen, is de pilot na vele maanden gereed om te testen. Terwijl het veel beter is om voor weinig geld een pilot op te zetten en vervolgens fors te investeren in verbetering van het concept. Zo doen start-ups het, zo doet Google het. Daar hebben we van geleerd. Google zet een bètaversie – ofwel een proefversie – online en laat iedereen er op schieten. Zo krijgen ze heel eenvoudig en efficiënt de beste ideeën aangereikt, waarna ze voor relatief weinig geld een definitieve versie bouwen. Feit is dat super-users vaak beter weten wat klanten willen dan onze eigen productmanagers. Iemand zei ooit: 'Vergeet niet dat 99 procent van de slimme mensen níét in jouw bedrijf werkt'. Dat geldt voor ieder bedrijf. De Britse telecomaandier Giffgaff betreft haar online community tot in het extreme bij de bedrijfsvoering. Gebruikers krijgen binnen negentig seconden antwoord op hun vraag. Giffgaff doet haar slogan 'the mobile network run by you' dan ook echt eer aan. Klantenservice, sales en marketing besteedt ze uit aan klanten en die krijgen de besparing in contanten uitgekeerd."

Bron: ManagementScope, 2013

WHAT'S YOUR TRIGGRE?

Geïnspireerd door ons verhaal? En wilt u met behulp van Triggre de stap zetten naar een strategisch wendbare organisatie? Neem dan contact met ons op voor een persoonlijke kennismaking. We vertellen u graag meer over Triggre of komen bij u langs voor een workshop waarin we laten zien hoe strategic agility uw organisatie verder brengt.

OVER TRIGGRE

Triggre verrast en inspireert ondernemers en ondernemingen met vernieuwende software die hen in staat stelt om het verschil te maken. Met het Triggre strategic agility platform kunnen organisaties razendsnel en makkelijk ideeën, strategieën en businessconcepten omzetten in innovatieve applicaties. Triggre vergroot hun concurrentievoordeel en verdienkracht en maakt organisaties weer strategisch wendbaar.

OVER DE AUTEURS

Deze whitepaper is geschreven door Mark Hulshof, Jesse Meijers en Sjors van Leeuwen. Mark Hulshof en Jesse Meijers zijn de oprichters van Triggre. Sjors van Leeuwen is zelfstandig adviseur op het gebied van klantgericht ondernemen (CRM), strategie en marketing.

TRIGGRE HOOFDKANTOOR

Maanlander 14-B
3824 MP Amersfoort
+31 (0) 88 044 06 44
whatsyour@triggre.com
www.triggre.com