



Velen van ons werken in middelgrote tot grote organisaties, waarin bijna zonder uitzondering geprobeerd wordt het gebruik van allerlei brede toepassingen, zoals CRM, te stimuleren. Met als belangrijk argument dat ze de efficiëntie en effectiviteit verhogen. Maar hoe werkt dit buiten de muren van het kantoor? En kunnen we daar iets van leren? Laat ik aan de hand van een aantal voorbeelden schetsen hoe vandaag de dag slimme toepassingen succesvol worden... en hoe dit kan worden gebruikt om er als organisatie beter van te worden!

In de huidige generatie telefoons zitten functies die uiteenlopen van internet, mail, navigatie tot het realtime afspelen van tv programma's. Handige functies, maar hoe weet je nou wat er nog meer mogelijk is? De komst van de iPhone, waarbij iedere bezitter heel gemakkelijk handige applicaties kan downloaden (via de zogenaamde AppStore), brengt ons een nieuw fenomeen. Omdat precies kan worden bijgehouden wat er zoal wordt geïnstalleerd... en hoe vaak het wordt gebruikt, draagt iedereen ongemerkt bij aan het uitwisselen van elkaars ervaringen. Gecombineerd met waarderingen van gebruikers geeft dit natuurlijk een aardig betrouwbaar beeld of en hoe goed een bepaalde toepassing zijn belofte waarmaakt. Voor het invullen van een behoefte die je, al dan niet bewust, misschien toch al had. Ook Google en Vista bieden je de mogelijkheid om je 'bureaublad' met een ruim aanbod van handige, kleine applicaties, vaak aangeduid als 'widgets', naar eigen smaak in te richten.

Het is soms verrassend wat voor onverwacht praktische toepassingen er komen bovendien. Actuele verkeersinformatie of locatiegebonden weersvoorspellingen kennen we natuurlijk allemaal. Maar omdat iedereen zijn of haar bijdrage kan aanbieden via het platform, wordt creativiteit maximaal gestimuleerd. Dit leidt niet zelden tot originele ideeën zoals een geheugensteun voor het terugvinden van je auto of zogenaamde eReaders die al naar gelang de hoek van je telefoon tekst op leessnelheid voorbij laten scrollen. Ook bestaat er een applicatie die op basis van een kort muziekfragment aangeeft om welke titel het gaat, wat met een druk op de knop natuurlijk bekeken kan worden via YouTube, of worden gedownload via iTunes.



## Stef van Wunnik

- managing consultant SeederDeBoer

*“Het is soms verrassend wat voor onverwacht praktische toepassingen er komen bovendrijven.”*

<<

Dankzij de geboden transparantie over het behaalde succes kan iedere potentiële klant profiteren van de positieve en negatieve ervaringen van anderen. Aangezien gebruiksgegevens centraal worden vastgelegd en daarmee niet of nauwelijks zijn te manipuleren, in tegenstelling tot vergelijkingssites waarin beoordelingen anoniem kunnen worden ingevuld en die dus kwetsbaar zijn voor manipulatie, levert dit een betrouwbaar beeld op van de mate van succes die een toepassing op enig moment heeft. Twee belangrijke voorwaarden voor het delen van deze successen zijn natuurlijk de keuzevrijheid van de eindgebruiker om te bepalen wat er geïnstalleerd wordt en de aanwezigheid van een overzichtelijke marktplaats waarop ontwikkelaars hun zelfgemaakte applicaties tegen vergoeding kunnen aanbieden.

Naar mijn mening kunnen ook organisaties hiervan leren. Door met het oog op hergebruik veel opgevraagde of hooggewaardeerde documenten via intranet automatisch als zodanig herkenbaar te maken. Of door op de hoogte te worden gehouden van slimme toepassingen op elkaars pc of smartphone. Voor privé gebruik bestaan hiervoor al sites als wakoopa.com die automatisch bijhouden welke toepassingen je gebruikt, maar bovendien suggesties doen die passen bij jouw 'profiel'. Wat ook kan, is het inzichtelijk maken van het relatienetwerk dat een organisatie heeft met haar omgeving. Dus niet het centraal bijhouden van een database met contactgegevens, maar op basis van het zakelijk mailverkeer inzichtelijk maken hoe het externe relatienetwerk er uit ziet, op een manier zoals ook LinkedIn dat ondersteunt. Wat dat betreft zie ik voor veel organisaties nog een mooie toekomst voor dit soort innovatieve toepassingen, vooral kennisintensieve organisaties met een groot relatienetwerk kunnen daarmee hun voordeel doen.

**Stef van Wunnik**

4 mei 2009



# SEEDERDEBOER

SeederDeBoer

Laapersveld 57

1213 VB Hilversum

Tel. +31 35 622 3428

[www.seederdeboer.nl](http://www.seederdeboer.nl)