

De succesvolle ontwikkeling van cashless tapautomatisering

Binnen 5 jaar kozen de grootste studentenverenigingen van Nederland voor de cashless tapautomatisering van *Creo* en *Van Duijnen*. Een succesvolle samenwerking tussen twee bedrijven die elkaar voor die tijd alleen van naam kenden.



Champagne

Feest! Op 12 februari 2019 staan Willem Moret & Bart Bolderdijk van *Van Duijnen tapautomatisering* en Erik van Egeraat & César Sierhuis van *Creo betaalsystemen* met een glas champagne in de hand te proosten met het voltallige bestuur 2018/2019 van Minerva Leiden. Zij hebben net het contract getekend voor de levering en installatie van het op basis van de Minerva eisen en wensen te configureren betaal- en tapautomatiseringssysteem. Dit is het moment dat alle grote studentenverenigingen van Nederland gekozen hebben voor het betaalsysteem van Creo in combinatie met de tapautomatisering van Van Duijnen. Een succesverhaal van twee bedrijven die marktleider zijn geworden in een nichemarkt.

Het begin van een samenwerking

“Willem belde mij in de zomer van 2013”, begint Cesar Sierhuis van *Creo betaalsystemen* het verhaal over hoe de samenwerking tot stand kwam. “Van Duijnen is marktleider op het gebied van tapautomatisering in Nederland, op dat moment hebben ze ook een aantal klanten van een concurrent overgenomen. Daaronder zitten een paar studentenverenigingen. Bij twee van die studentenverenigingen heeft *Van Duijnen tapautomatisering* samen met een kassaleverancier een nieuw betaal- en tapautomatiseringssysteem neergezet.”

“Willem vertelt dat de tapautomatisering goed werkt, maar dat het kassasysteem niet aan de eisen en wensen van de studentenverenigingen voldoet. Hij heeft gehoord dat wij betaalsystemen ontwikkelen op klanten specificatie en vraagt mij of we een betaalsysteem kunnen leveren dat aan de eisen en wensen van studentenverenigingen voldoet. Studentenvereniging Vindicat uit Groningen betreft begin 2014 namelijk een nieuw pand op de Grote Markt, en daar moet een volledig nieuw betaal- en tapautomatiseringssysteem geïnstalleerd worden.”

“Niet lang na dat telefoontje zitten Willem en ik aan tafel met het bestuur 2013/2014 van Vindicat. Het is een prettig gesprek, de studenten zijn bezig met een prachtig project; het realiseren van een nieuw pand.”

Tussen Willem en Cesar is ook een duidelijke klik. Twee vakmannen met kennis op hun eigen gebied die elkaar goed aanvullen.

“Na het overleg met Vindicat praten Willem en ik na in een café. We zijn het er allebei over eens dat we niet zomaar aan alle eisen en wensen kunnen voldoen. Een eerste stap is overleggen met onze technische staf.” Dit zijn Bart Bolderdijk van *Van Duijnen* en Erik van Egeraat van *Creo betaalsystemen*.



Het product ‘Cashless Tapautomatisering’.

“Het gesprek met Bart en Erik verloopt in een prettige en constructieve sfeer. Zij komen echter tot de conclusie dat het voldoen aan alle eisen en wensen van Vindicat een serieuze ontwikkelinspanning zal betekenen die voor één klant niet te rechtvaardigen is.”

Willem en Cesar analyseren de studentenverenigingen markt. Zij komen tot de conclusie dat er in Nederland minimaal 40 grote studentenverenigingen zijn die in cashless tapautomatisering investeren. Vervolgens kijkt de groep naar de investering en de te verwachten omzet en komen tot de conclusie dat er minimaal 20 studentenverenigingen voor de cashless automatisering van *Creo* en *Van Duijnen* moeten kiezen om het systeem niet alleen te ontwikkelen, maar ook in lengte van jaren te kunnen ondersteunen en door ontwikkelen.

“Willem en ik denken dat dat mogelijk moet zijn. Van Duijnen bedient reeds een aantal studentenverenigingen. Bovendien zijn de concurrenten in deze nichemarkt druk met andere zaken en geven niet de aandacht waar deze markt om vraagt. Een mooie kans om zich in deze nichemarkt te begeven.”

Het team ‘cashless tapautomatisering’

Willem, Bart, Erik en Cesar besluiten ervoor te gaan en een team te vormen. “Ons doel is: het in de markt zetten van een betaal- en tapautomatiseringssysteem dat aan de eisen en wensen van studentenverenigingen voldoet. En dat vervolgens bij minimaal 20 studentenverenigingen geïmplementeerd wordt.”

Groei is niets zonder het product.

“Ondanks dat succesvolle bedrijven slimme groeistrategieën hanteren, hebben ze allemaal een ‘must have’ product of een dienst waar loyale klanten zich achter scharen. Deze clientèle vormt de basis van hun succes en voedt hun groei.”

“Bijkomend, en niet onbelangrijk, argument om voor de markt studentenverenigingen te gaan, is dat de besturen van studentenverenigingen over het algemeen leuke mensen zijn om zaken mee te doen. Ze zijn ondernemend, intelligent en gemotiveerd om mee te denken en zo een bijdrage te leveren aan de implementatie van een goed betaal- en tapautomatiseringssysteem voor hun studentenvereniging.”

De taakverdeling in het team is even simpel als duidelijk. Erik en Bart ontwikkelen het betaal- en tapautomatiseringssysteem conform de eisen en wensen van de studentenverenigingen. Willem en Cesar bezoeken de studentenverenigingen in Nederland, brengen de eisen en wensen gesteld aan de cashless tapautomatisering in kaart en bieden het systeem in overleg met Bart en Erik aan.

Van de eerste budgetaanbieding naar succes

“Op 20 augustus 2013 stuurden we de eerste budgetaanbieding naar het bestuur van *Vindicat*, niet wetende dat wij in de daaropvolgende jaren de andere studentenvereniging ook een aanbieding konden sturen en marktleider in dit segment zouden worden.”

Een succesverhaal in nichemarketing van een paar mensen met kennis en kunde, werkzaam bij twee verschillende bedrijven, die op een dag besluiten een team te vormen. In dit team wordt met een passie, een duidelijke focus en plezier een product voor een specifieke nichemarkt ontwikkeld. Het team stelt als doel minimaal 50% van de grootste klanten in die markt te gaan bedienen maar blijkt na 5 jaar absolute marktleider te zijn.

“Een idee is niks: Het gaat om de mensen die het idee gaan uitvoeren. Is dit team in staat om van het idee daadwerkelijk een werkend product te maken? Er zijn er maar weinig, die dat kunnen. De volgende vraag: is dit team in staat om op basis van dit product een succesvolle business te bouwen?”

Ruud Hendriks en Patrick de Zeeuw, medeoprichters van accelerator Startupbootcamp.

Johan Cruijff: “Ik heb nog nooit een zak geld een goal zien maken.”

Met andere woorden: Niet het geld, maar de mensen maken het verschil.

Meer lezen over nichemarketing:

- <https://imgemak.nl/nichemarkt>
- <https://themarketingfactory.nl/niche-kiezen/>
- <https://youngstartup.nl/blog/post/ruud-hendriks-en-patrick-de-zeeuw-de-kans-dat-een-idee-spot-on-is-is-nul/>
- <https://www.quotenet.nl/Nieuws/11-dingen-die-we-kunnen-leren-van-s-werelds-snelst-groeiende-startups-200694>