

# Dataline is helemaal klaar voor Europa

*Voor deze CEO-special hadden we een gesprek met Dirk Deroo, CEO en oprichter van Dataline. Onderwerpen die aan bod kwamen waren onder meer de groei van Dataline en het streven om het bedrijf 'Europa ready' te maken. Strategie, communicatie en hoe zij inspelen op de behoeften van de markt werden ook belicht.*

**"The best time to plant a tree is twenty years ago. The second best time is now."**

Door de jaren heen is Dataline van een lokale aanbieder uitgegroeid tot een internationaal bedrijf. Dirk Deroo vertelt: "Eigenlijk zijn we in de afgelopen **20 jaar puur organisch gegroeid**. Met meer gebruikers zijn er gewoon meer mensen nodig voor ontwikkeling, ondersteuning en opleiding. Maar op een bepaald moment moet je keuzes maken: willen we nog verder doorgroeien of niet? Eigenlijk was dit een 'no brainer' en zo zijn we ook de Europese markt gaan verkennen."

## Drupa als poort naar Europa

Van de Benelux is de stap naar de rest van Europa voor de hand liggend. Daarover zegt Dirk het volgende: "In 2016 vroegen we ons af of er voor MultiPress ook een **draagvlak was buiten de Benelux**. Ideaal middel om dat te weten te komen, was deelnemen aan Drupa 2016. Daar hebben we ook de concurrentie bekeken naar bedrijfsorganisatie en softwaretoepassing. Toen bleek dat er **wel degelijk een markt was voor MultiPress**. Meer nog, de Benelux-biotop van talen, bedrijfstopologieën en schaalgroei heeft ons beter voorbereid op de convergente evolutie dan landspecifieke lokale MIS-systemen."

## Dataline in 19 landen aanwezig: Think global, act local

Vanaf toen ging het hard. In 2,5 jaar tijd groeide Dataline van 22 naar 43 mensen. Dirk: "Vandaag zijn we met **Dataline in 19 landen** aanwezig. Onze software is beschikbaar in niet minder dan 11 talen. **Respect voor de lokale taal is essentieel** in de acceptatie van de software. Wij verwachten dat tegen Drupa 2020 daar nog een 5-tal extra talen bij zullen komen. Om organisatorische redenen focussen wij ons op de landen die maximaal drie tijdzones van ons verschillen. Op vandaag hebben wij een 7-tal openstaande vacatures, maar volgens een voorzichtige prognose hopen we tegen 2020 nog 15 extra medewerkers te kunnen aanwerven."

## Mislukken is niet fataal, maar succes is ook niet finaal

Typisch **in de Europese markt** is dat er in quasi elk land een lokale MIS-leverancier aanwezig is. Meestal met features die beperkt zijn tot de offshetmarkt. **MIS systemen** die daarnaast ook het marktsegment van **Large Format & Sign**-bedrijven kunnen bedienen, zijn zeer **schaars**. Daarom werd voor de Europese ontwikkeling ook gekozen

om deel te nemen aan alle Fespa-beurzen. Een direct gevolg van de deelname aan Fespa Berlijn, was de installatie van MultiPress bij PunaMusta, een van de grootste drukkerijen in Finland, die zowel tijdschriften, kranten, commercieel drukwerk als grootformaat-applicaties realiseert. Dirk licht toe: "Zij hadden MultiPress op Fespa gezien en waren zo gecharmeerd door onze oplossing dat we in hun shortlist stonden van mogelijke MIS-aanbieders. Dat je dan uit meerdere Europese aanbieders als laatste weerhouden wordt, was voor ons team een ongelofelijke opsteker en een beloning voor het harde werk."

## Brugge, Amsterdam, Parijs en straks ook in Genk en Valencia

Om de vestigingen in Loppem, Limmen en Parijs verder te laten groeien, is **investeren in mensen een must**, maar dat is volgens Dirk meteen ook het lastigste onderdeel van het hele proces. "Het aantal jongeren dat een Grafimediabeleid-opleiding volgt, gaat niet omhoog, wel integendeel. Het is daardoor zeer moeilijk om goede mensen te vinden met de juiste studies of voldoende ervaring. Om aan de geografische barrière van Loppem (bij Brugge) tegemoet te komen, openen we binnenkort een Dataline hub in Genk. Voor Spanje hadden we al even een hub op het oog in Valencia."

## Van horizontale organisatiestructuur naar een resultaatgerichte matrixorganisatie

Groei is ook een uitdaging, want vanaf een bepaald aantal medewerkers heb je een middenkader nodig. "Vroeger was alles vlot te overzien," zegt Dirk, "maar op een bepaald moment lukt dat niet meer en moet je taken verdelen. Er komen managers bij voor de verschillende departementen en aangezien we **continu recruter** en heel wat buitenlandse medewerkers in dienst hebben, wordt de personeelsadministratie er ook niet eenvoudiger op. Maar groeien doen we ook door **samenwerking met andere partijen**. Zo werken we in de Scandinavische en Adriatische landen, in Zuid-Afrika en ook in Spanje, met **'channel partners'** die onze oplossingen ondersteunen in hun land. Wij trainen hun medewerkers en op hun beurt zijn zij verantwoordelijk voor de eerstelijns-ondersteuning en training."

## Print is een hersenvriendelijke communicatie

Eenmaal je op Europese schaal opereert, wordt ook de communicatie een ander verhaal. Dirk legt uit: "Vandaag hebben we een team van vijf mensen op de Marcom-afdeling en die hebben hun handen meer dan vol. Zo communiceren we in de **grafische vakbladen** van de landen waar we actief zijn. Onze **website** kan je zowel in het Nederlands, Frans, Engels, Duits, Adriatisch, Fins als Spaans raadplegen en daarnaast gebruiken we alle mogelijke moderne **digitale communicatiekanalen** om informatie te verspreiden."



Dataline team (deel)

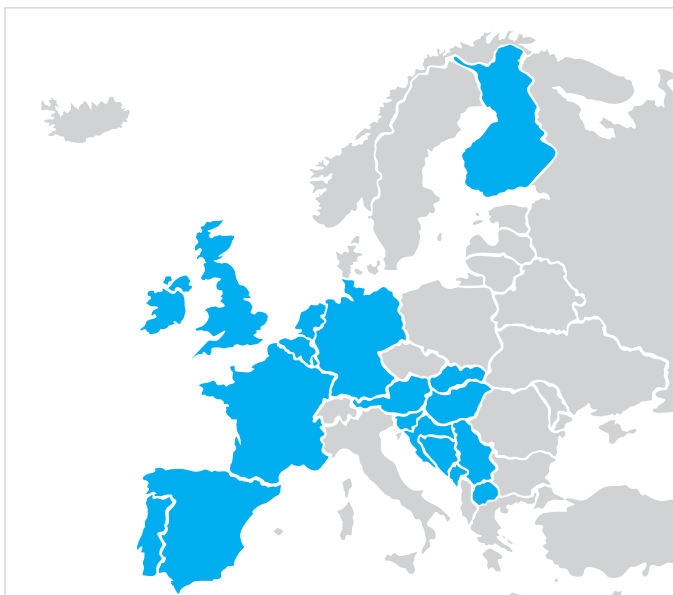
Dan is er nog ons [MultiPress-magazine](#) die in zes talen verschijnt, waarbij elk nummer volledig gepersonaliseerd wordt. Niet alleen de 'klassieke' personalisatie wordt gebruikt, maar ook afbeeldingen, teksten en URL's zijn gepersonaliseerd op basis van taal, functieprofiel, type bedrijf, de ligging, etc. Omnichannel communicatie met print als big data katalysator."

### Continuïteit en kwaliteit is de grootste zorg van de klant

Volgens Dirk Deroo is de continuïteit en zekerheid dat een ontwikkelaar als Dataline blijft bestaan en groeit, zonder meer een van de grootste zorgen van grafische bedrijven. "Wij merken dat bedrijven, – meer nog dan vroeger –, enorm [veel belang hechten aan de stabiliteit en de gezondheid](#) van hun leveranciers. Een MIS-systeem is immers de ruggengraat van een bedrijf en dat vervang je niet zomaar van de ene op de andere dag. Een foute keuze kan dus verstrekkende gevolgen hebben. Het feit dat we groeien en ook op Europees niveau opereren, is voor onze klanten dan ook een enorme troef. De [connectiviteit tussen MIS-software en een productie-workflow wordt essentieel](#) in de slag om kostenreductie. Het feit dat Dataline met alle constructeurs samenwerkt, is voor elke internationale organisatie een reden om MultiPress aan te bevelen, waardoor de integraties nog sterker worden"

### Certificeringsprogramma's

Wie over een MIS-systeem beschikt, wil dit natuurlijk graag [koppelen aan zowel apparatuur als andere software die een bedrijf gebruikt](#). Al deze connecties worden getest om duurzaam te werken. Dirk vertelt: "Daarom zijn we gestart met een aantal certificeringsprogramma's. Denk maar aan koppelingen met boekhoudsoftware of expeditiesystemen. Ook met bedrijven zoals Agfa, Caldera, Heidelberg, Kodak, Xerox, KBA, HP, Fuji, Manroland... en papierfabrikanten, die hun oplossingen of gegevens met MultiPress wensen te linken werken we samen. En dan zijn er ook nog de 'Certified Non Production Partners' zoals scholen en opleidingscentra die een MultiPress-licentie krijgen, zodat studenten of cursisten ook daadwerkelijk met een MIS-systeem aan de slag kunnen. Er zijn nog meer programma's, maar dat zijn er te veel om hier op te sommen."



Landen waar Dataline actief is



Dataline-CEO Dirk Deroo

### Premium Services

Op vraag van de klanten heeft Dataline de Premium Services in het leven geroepen. Daarover zegt Dirk het volgende: "Het zijn diensten die een [extra meerwaarde](#) bieden voor de klant. Zo was upgrades installeren na de kantooruren een veel voorkomende vraag. Nu kan de klant zelf plannen wanneer de upgrade plaatsvindt. Om de continuïteit van MultiPress bij bedrijven te garanderen, voorzien wij ook gratis opleiding voor nieuwe werknemers. Wij stellen 'Alfa Releases' ook ter beschikking van klanten om de compatibiliteit met de door hen ontwikkelde modules te testen. En dit is maar een greep uit de verschillende services."

### Strategie blijft dezelfde: Moduleren op maat & Need for change

Ondanks de schaalvergroting van zowel het bedrijf als de regio's waarin ze actief zijn, houdt Dirk nog steeds vast aan dezelfde strategie als bij de start van Dataline, namelijk: er moet een 'Need for change' zijn bij een bedrijf. "Je mag nog de mooiste oplossingen hebben, zolang er geen behoefte is bij de klant, krijg je jouw product met de beste wil niet verkocht. Als er voldoende draagvlak is, gaan wij in gesprek met de klant en laten we mogelijke oplossingen zien aan de hand van hun eigen aangebrachte cases. We bieden [enkel die oplossingen aan waar de klant behoefte aan heeft](#). Een oplossing met alle toeters en bellen verkopen, terwijl de klant daar slechts een fractie van gebruikt heeft geen enkele zin. Het is en blijft onze drijfveer om bedrijven te helpen bij het optimaliseren van hun processen, zodat ze sneller en efficiënter kunnen werken. Als dat lukt, dan is onze missie geslaagd."

**Meer informatie over dit interview, Dataline en MultiPress vindt u op [www.dataline.news/GNJan/ceo](http://www.dataline.news/GNJan/ceo).**

**Interesse in een job bij Dataline ?**

**Surf dan naar [www.dataline.news/GNJan/jobs](http://www.dataline.news/GNJan/jobs).**



by dataline