

TWEEDE GENERATIE IS SLIMMER

# VOLWASSEN APPS VOOR DE ZAKELIJKE MARKT

Nog niet zo lang geleden wilde elk bedrijf een ‘app voor de heb’, simpelweg omdat de concurrent er ook een had. Bij de meerwaarde ervan konden nog wel eens vraagtekens worden gezet, maar dat is nu wel anders, zegt David van der Loo van het adviesbureau AppSpecialisten. Volgens hem is ‘de app’ volwassen geworden. “Hij moet nu echt wel iets voor je doen.”

Tekst **Steven van Aartrijk**

Het dagelijks gebruik van mobiele apps is nauwelijks meer weg te denken. Ze worden gebruikt om aankopen te doen, bankzaken te regelen, social media te volgen of treintijden op te zoeken. Ook in de logistiek vervullen apps steeds vaker een nuttige functie. Uit onderzoek blijkt dat

een ruime meerderheid van de logistiek managers mobiele apps beschouwt als een concurrentiefactor in hun vakgebied. Volgens David van der Loo van AppSpecialisten, een bureau dat bedrijven strategisch advies geeft over de aanschaf van een app, is dat niet verrassend. “De ontwikkeling van apps is nu zo’n

acht jaar bezig. In het begin was de app echt iets ‘voor de heb’, een gimmick. De eerste generatie apps was dan ook vaak een-dimensionaal, ze hadden weinig effect. Zo brachten de eerste vlootmanagement-apps wel in kaart waar elk voertuig was, maar daar kon de vlootmanager uiteindelijk niet zoveel mee.” Tegenwoordig is er sprake van een tweede generatie apps, die veel slimmer is gemaakt. Van der Loo: “Kijk bijvoorbeeld naar een huidige vlootmanagers-app van ontwikkelaar Route42. Zij



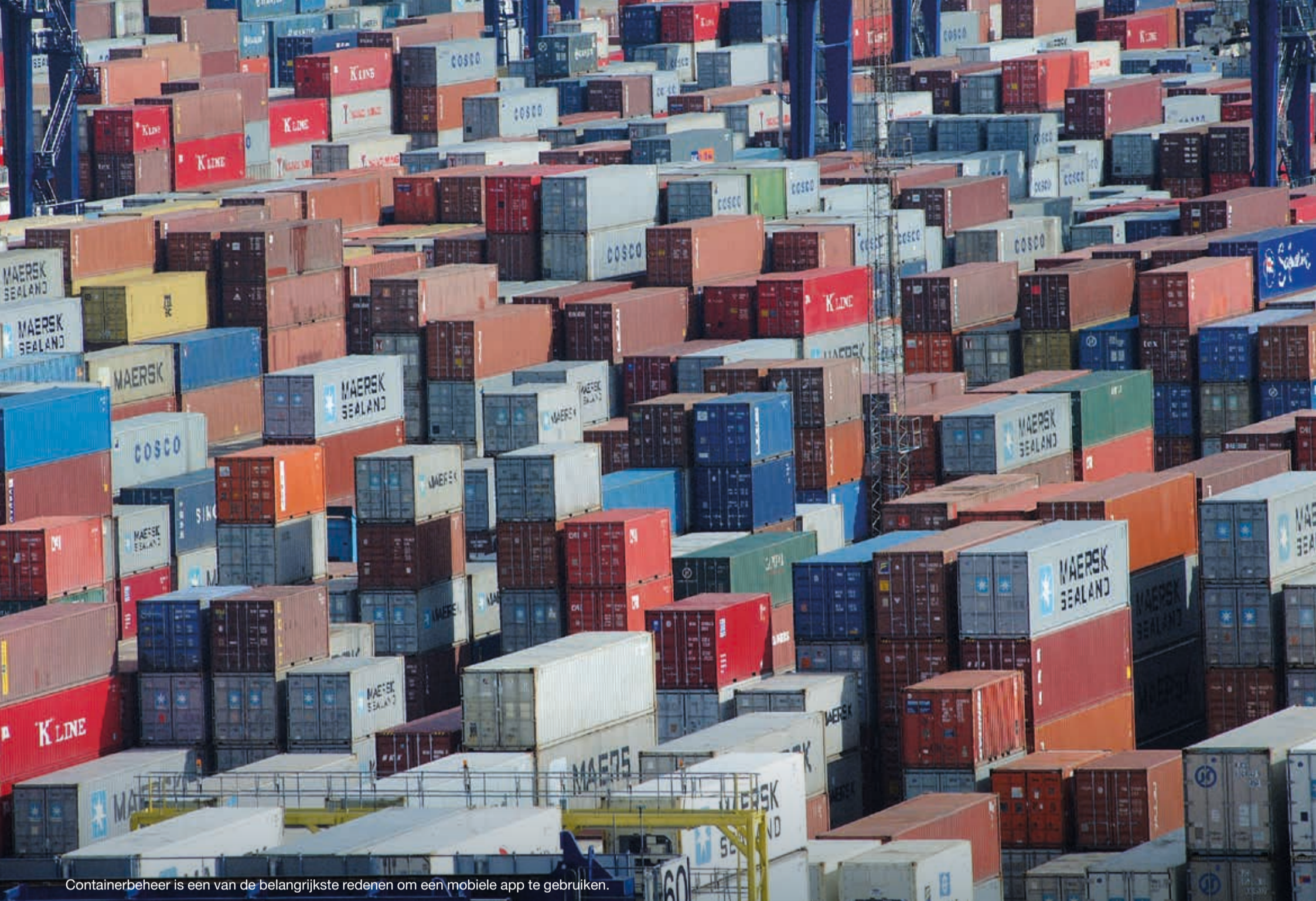
Het belang van mobiele applicaties in de vakgebieden logistiek, supply chain management en internationale handel blijft stijgen, zo blijkt uit onderzoek.

**“Vaak is het verwachtingspatroon in het begin te hoog”**

koppelen de app aan allerlei hardware in de voertuigen, zodat het bedrijf een schat aan informatie krijgt over brandstofverbruik, rijgedrag, bandenspanning, risico's op brandstofdiefstal, verkeersinformatie, weersituaties en rij- en rusttijden.”

Apps slimmer maken, zodat ze écht toegevoegde waarde hebben. Dat is volgens Van der Loo een overduidelijke trend in de wereld van de mobiele apps. “De toepassingen worden volwassen. Tegenwoordig moet de app echt iets voor het bedrijf doen.” Belangrijk is volgens Van der Loo dat bedrijven vooraf in kaart brengen of een app soelaas biedt, om onnodige investeringen te voorkomen. “Vaak is het verwachtingspatroon in het begin te hoog. Resultaten komen uiteindelijk wel, maar daar moet een bedrijf op een overzichtelijke manier naartoe werken. Eerst beginnen met een pilot, vervolgens een conceptversie, en zo verder. Op die manier blijven de eerste investeringen ook relatief klein en ontwikkel je pas door als te zien is dat de app effect heeft.”

Het ontwikkelen van een slimme app betekent ook dat deze gebruiksvriendelijk moet zijn voor medewerkers die hem gebruiken, zegt Van der Loo. “In het privéleven gebruikt bijna iedereen



Containerbeheer is een van de belangrijkste redenen om een mobiele app te gebruiken.

apps en wordt ook vaak de waarde ervan ondervonden. Dan is het belangrijk om ook zakelijke apps zo te ontwerpen dat medewerkers er graag mee werken. Hij moet niet traag of onhandig zijn. En bovenal moet hij de gebruiker het gevoel geven dat de app hem minder werk oplevert en niet meer.”

### Wildgroei

Verwachtingen dat de Apple-app store in 2020 niet minder dan vijf miljoen apps zal herbergen, maken weinig indruk op Van der Loo. “Het gaat uiteindelijk om de kwaliteit en niet om de kwantiteit. Wat dat betreft, zou je kunnen zeggen dat er sprake is van een wildgroei van apps.”

Ook op de zakelijke markt zijn er veel aanbieders, al tekenen zich hier nieuwe verdienmodellen af die interessant kunnen zijn voor

zowel aanbieder als koper. Van der Loo: “Er wordt steeds vaker gebruikgemaakt van app-abonnementen, een model waarbij wordt betaald per gebruiker. Daarbij wordt een basis-app met wat kleine aanpassingen geschikt gemaakt voor een bedrijf, dat vervolgens een bepaald maandbedrag betaalt voor elke medewerker die de app wil gebruiken. Zo’n model kan in sommige gevallen goedkoper zijn dan het zelf laten ontwikkelen van een app op maat, iets wat al snel tienduizenden euro’s kost.”

Bedrijven die diverse apps naast elkaar gebruiken en deze intern overzichtelijk willen presenteren, herbergen deze tegenwoordig ook vaak in een persoonlijke app store. “Een voorbeeld van een aanbieder van zo’n store is TransportLAB. Door de apps handig te ordenen en te etaleren, kunnen medewerkers ze snel vinden.” ●

## Belang apps blijft groeien

Zakelijke apps zijn een belangrijke concurrentiefactor in internationale handel en logistiek. Zakelijke apps worden nog niet massaal omarmd in deze vakgebieden, maar het belang van de applicaties blijft groeien. Dat zijn de belangrijkste conclusies uit een onderzoek van softwarebedrijf AEB in samenwerking met de Baden-Württemberg Cooperative State University (DHBW) in Stuttgart, waarin 330 experts uit de logistiek, internationale handel en supply chain management werden ondervraagd.

Uit het onderzoek komt naar voren dat negen van de tien experts zakelijke apps beschouwen als een belangrijke concurrentiefactor in internationale handel en logistiek. Veruit de meeste deelnemers (86,7 procent) verwachten dat het belang van apps blijft groeien. In het vakgebied logistiek ligt de focus van de gebruikte apps op het zoeken en verschaffen van technische informatie (28,4 procent). Daarnaast zijn apps relatief wijdverbreid in transportmanagement. Meer dan een kwart van de respondenten (26,1 procent) gebruikt apps voor het monitoren van transport, 28,4 procent voor vlootbeheer en 20,4 procent voor containerbeheer. Op andere gebieden, zoals ordermanagement, personeelsplanning of het laden van vrachtauto’s is het gebruik van mobiele tools een stuk zeldzamer.

In de internationale handel worden apps het meest gebruikt voor screening tegen terreur: bijna 29,4 procent van de ondervraagden doet dat en 33,8 procent is het van plan. De respondenten noemen transparantie (46,9 procent), flexibiliteit (46,4 procent) en controle (46 procent) als belangrijkste voordelen van mobiele apps.

Momenteel geeft niet meer dan 17,6 procent aan apps te gebruiken in supply chain management, logistiek of internationale handel en 21,1 procent is van plan om mobiele apps te gaan implementeren. “De resultaten laten zien dat het onderwerp bijzonder relevant is en dat we nog maar aan het begin staan van een dynamische ontwikkeling”, zegt prof. dr. Dirk Hartel, hoofd van de afdeling Logistics Management aan de DHBW Stuttgart, over de studie.



David van der Loo: “Het is belangrijk zakelijke apps zo te ontwerpen dat medewerkers er graag mee werken.”