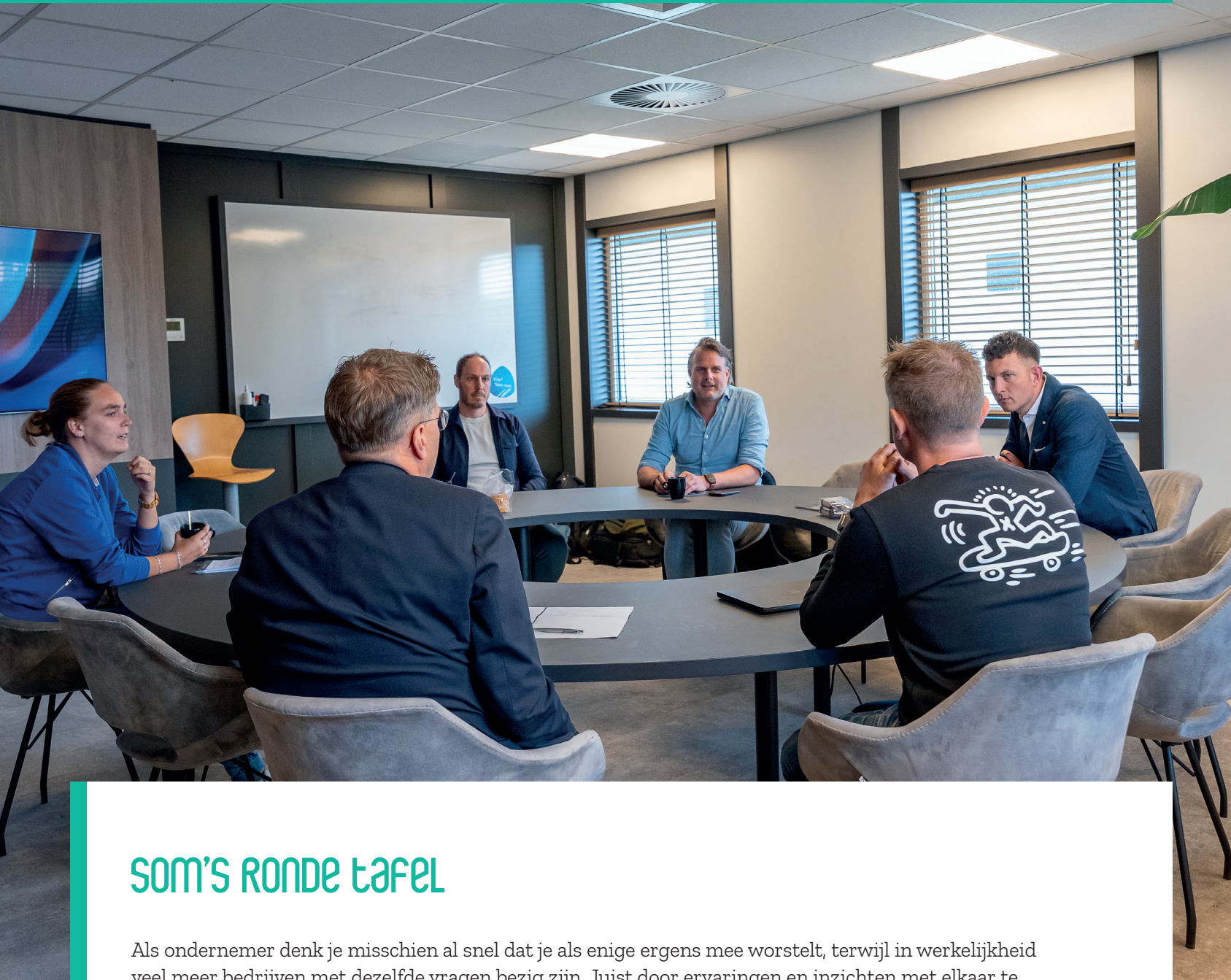


Vijf ondernemers gaan in gesprek over AI en innovatie

“Wie stil blijft staan is over drie jaar uitgespeeld”



SOM'S RONDE TAFEL

Als ondernemer denk je misschien al snel dat je als enige ergens mee worstelt, terwijl in werkelijkheid veel meer bedrijven met dezelfde vragen bezig zijn. Juist door ervaringen en inzichten met elkaar te delen, kom je tot nieuwe oplossingen en ideeën. Want waarom zouden we allemaal zelf het wiel moeten uitvinden als we elkaar ook verder kunnen helpen? Precies vanuit die gedachte ontstond SOM's Ronde tafel. Iedere editie brengen we daarom verschillende ondernemers samen om te praten over een actueel thema dat hen bezighoudt. Deze keer gaan we in gesprek over innovatie en AI.

Tijdens SOM's Ronde tafel gaan ondernemers uit verschillende branches met elkaar in gesprek over zaken waar zij tegenaan lopen. Op dit moment kan het natuúrlíjk maar over één thema gaan: innovatie en AI. Want dat je mee moet is duidelijk, maar hoe doe je dat? En wat levert het écht op?

In de vergaderruimte van PCA in Raalte nemen vijf ondernemers plaats aan een – hoe toepasselijk – echte ronde tafel. Maurice Tijs (PCA), Ralf Hovenga (Pan Oston), Ivo Nijboer (IB-Visie), Johnny Nijenhuis (Nijenhuis Truck Solutions) en Nico Neppelenbroek (Bajo Bouw & IJzerwerken) komen uit totaal verschillende branches, maar hebben een duidelijke overeenkomst: ze zijn allemaal op hun eigen manier bezig met innovatie en AI. Soms heel concreet, soms nog onderzoekend en experimenterend. Eén ding delen ze in ieder geval: de overtuiging dat ondernemers zich hiervoor niet kunnen blijven afsluiten.

Er gebeurt op dit moment natuurlijk ontzettend veel op het gebied van innovatie en AI. Sommige ondernemers voelen enthousiasme en nieuwsgierigheid, anderen vinden het spannend en weten niet zo goed wat ze ermee moeten. Wat is jullie gevoel?

Ralf: “Super spannend, super interessant en een mega kans. Innovatie is gruwelijk belangrijk. Als je als ondernemer niet aanhaakt, dan ben je over drie jaar uitgespeeld. Daarvan ben ik overtuigd. Stilstand is achteruitgang. Iemand noemde het laatst mooi 'bedrijfsvoering van het frietkot'. Vandaag verkopen we patat, morgen ook en overmorgen ook. Als dat is wat je wil, moet je het vooral doen. Maar op den duur kijkt geen enkele klant meer naar je.”

Maurice: “Innovatie zit wel echt in het bloed van PCA, onze pay-off is niet voor niets 'Slimmer, beter, sneller'. De huidige AI-stroom voelt voor ons als een hele toffe golf waar we op kunnen surfen. Als je terugkijkt in de tijd, zijn er een aantal grote milestones geweest. De introductie van de stoomtrein bijvoorbeeld en de massale doorbraak van elektriciteit. Ik denk dat AI ook in dit rijtje thuishoort, omdat het net zoveel – en misschien nog wel meer – invloed gaat hebben. Wij zien in ieder geval nu al dat de productiviteit, met name van de jonge jongens, erg omhooggaat.”

Nico: “Ja, dat het een kans is, is duidelijk. Zo zien wij het ook echt, maar we ervaren het ook wel als een zoektocht. Want waar begin je? Waar doe je goed aan? Wij zijn op zoek gegaan naar partijen die ons hierbij konden helpen, maar ze beloven je vooral allemaal gouden bergen. Wij hebben daarom gemerkt dat je het vooral zélf moet gaan uitzoeken.”

Johnny: “Ik word zó enthousiast van alle ontwikkelingen. Het kriebelt mij aan alle kanten. Ik kan helemaal niet programmeren, maar tegenwoordig vibe code ik mijn eigen programma's in elkaar. Ik ben er zo hyped van dat ik er soms zelfs niet van kan slapen. Ik werk in mijn eentje en daardoor voelt het voor mij als de perfecte uitgangssituatie om hier maximaal gebruik van te maken. Ik kan er nu gewoon headfirst ingaan.”



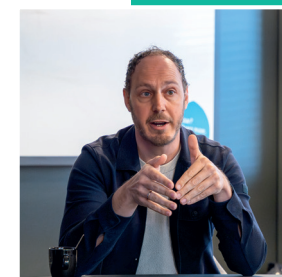
Maurice Tijs
PCA

PCA helpt organisaties slimmer werken met intelligente software voor de buitendienst. Het bedrijf ademt innovatie en stelt zichzelf constant de vraag: volg je de ontwikkelingen of ontwikkel je zelf?



Ralf Hovenga
Pan Oston

Stilstand is achteruitgang, zo weet Ralf. Pan Oston begon met traditionele kassa's, maar ontwikkelt tegenwoordig innovatieve kassameubels en retailoplossingen voor winkels wereldwijd.



Ivo Nijboer
IB-Visie

Als SEO-specialist helpt Ivo bedrijven met hun online vindbaarheid. Hij ziet dat AI het zoekgedrag van mensen verandert, maar hij gebruikt het zelf ook om efficiënter te werken.



Johnny Nijenhuis
Nijenhuis Truck Solutions

Johnny helpt transportbedrijven bij de overstap naar elektrische vrachtwagens. Hij heeft een enorme liefde voor technologie en vanuit die interesse is hij volop aan het experimenteren met AI.



Nico Neppelenbroek
Bajo Bouw & IJzerwerken

Bajo is een traditioneel bouwbedrijf, maar toch zoekt Nico steeds weer manieren om te innoveren. Met AI en datagedreven werken, maar ook als initiatiefnemer van het duurzame woonconcept TUUZ.



“
Het systeem moet mij
gaan vertellen welk
project niet loopt
”

- Nico Neppelenbroek -

Jullie zijn duidelijk enthousiast, maar er zijn ook genoeg ondernemers die zich bedreigd voelen. Die zich afvragen of deze ontwikkeling een vloek of een zegen is. Hoe kijken jullie daarnaar?

Maurice: "Dat snap ik heel goed. Voor ons is het ook een serieuze bedreiging. Klanten die licht gebruikmaken van onze software en die een slimme neef of een handige buurjongen hebben, zullen uiteindelijk zeggen: met AI klik ik zelf wel iets in elkaar. Ik voorzie dat kleine bedrijven zullen afhaken en dat wij juist gaan opschuiven naar de grotere bedrijven. We zien namelijk dat zij behoefte hebben aan ondersteuning, voorspelbaarheid, kwaliteit en borging. Aan een partij met expertise die hun vragen kan beantwoorden."

Ralf: "Het kan zeker een bedreiging zijn. En ik vind het ook spannend. Maar als je in die totale stresstand schiet, dan weet je zeker dat het fout gaat. Je zult iets moeten gaan doen."

Ik kan je alleen niet vertellen wat dat precies is. Dat zul je zelf moeten gaan ontdekken. En dat is met elke innovatie hè? Vijftien jaar geleden kwam Amazon met de nieuwe winkelconcepten waarbij je gewoon de winkel in en weer uit kon lopen. Zonder kassa, helemaal niks. Dat was onze core business hè? Wat ga je dan doen? Een potje huilen en de tent dichtgooien? Je kunt ook zorgen dat je er onderdeel van wordt. Tegenwoordig zijn wij bezig met AI self-checkouts en AI vendingoplossingen."

Ivo: "Als het om innoveren gaat, moet je als bedrijf altijd proberen om minimaal 25 procent voor te lopen ten opzichte van je klant of concurrent. Met AI wordt dat gat nu misschien even wat kleiner, maar daarom moet je juist nu die innovatie op blijven zoeken. Ja, er zullen klanten zijn die bijvoorbeeld gaan bouwen aan hun eigen software. Er zullen er zeker ook een aantal in slagen, maar het gros zal nog steeds afhaken. Precies daar zit je kans. Als jij jezelf maar blijft ontwikkelen en de oplossing blijft vinden voor de problemen die er spelen. In de stress schieten en het overzicht verliezen gaat je niet helpen."

Alleen de grote vraag is natuurlijk: waar begin je?

Johnny: "Met op enter drukken. Heel simpel. Ik merkte aan mezelf dat ik in het begin dacht: wat moet ik er precies mee? Maak die start daarom heel klein, heel pragmatisch."

Sluit voor twintig euro een abonnementje af op Claude. Ga vervolgens naar Excel, voeg Claude als invoegtoepassing toe en ga letterlijk even achterover zitten. Het is magisch om te zien wat er dan gebeurt. Zodra je dat eenmaal hebt gedaan, snap je in een keer wat de potentie is en ga je vanzelf op zoek naar wat er nog meer mogelijk is."

Ralf: "Ik zie om me heen de worsteling die iedereen ermee heeft, want de dagelijkse business gaat ook gewoon door hè? De ontwikkelingen gaan zo snel dat het voor de meeste ondernemers lastig bij te houden is. Er is geen boekje waar je uit kunt lezen hoe je dit moet aanpakken. Je zult dus zelf op ontdekkingstocht moeten. Het heeft ons geholpen om specialisten te vragen om ons hierin mee te nemen. We wilden van hen leren, want uiteindelijk moeten we het zelf gaan doen."

Ivo: "Ik vind het fijn om twee verschillende tools te gebruiken. Gooi je vraag of probleem in allebei en kijk naar de twee oplossingen. Zo kun je echt gaan vergelijken: wat zint me wel, wat niet? Wat past bij mijn vraag? En wie in de markt kan dat op dit moment het beste?"

Wat doen jullie nu al concreet met AI?

Nico: "Bij ons is het vooral proberen, testen en weer anders doen. We staan aan het begin, maar in de klantbeleving hebben we inmiddels al mooie stappen gezet. Zo worden klanten

tussentijds automatisch op de hoogte gebracht en krijgen ze een jaar later een ansichtkaartje toegestuurd. Daar hoeft niemand naar om te kijken. Op administratie gaat bij ons daarnaast iemand met pensioen. Wij kunnen diegene één op één vervangen, maar we zien dit als de kans om processen slimmer in te richten en verder te automatiseren. Op lange termijn zouden wij graag meer datagedreven werken in plaats van afgaan op het onderbuikgevoel. Het systeem moet mij gaan vertellen welk project niet loopt, waar de marges niet goed lopen. Uiteindelijk willen we realtime inzicht hebben in de AK, opslag, kostprijs en break-even point. Niet achteraf, maar terwijl het gebeurt. Zo kunnen we in de toekomst veel sneller schakelen."

Johnny: "Tja, wat doe ik niet met AI... Ik schrijf rapporten, maak analyses en bouw mijn eigen tools en automatiseringen. Laatst had ik twaalf CSV-bestanden met 280.000 regels data. Werk waar normaal vijf maanden voor staat, had ik met AI in twee weken af. Elke maandagochtend krijg ik bijvoorbeeld ook automatisch een overzicht van actuele dieselprijzen en nieuwe vrachtwagenregistraties. Daarnaast is AI mijn CRM. Alles wat ik doe neem ik op. Dat wordt automatisch getranscribeerd en gaat vervolgens mijn database – een soort second brain – in. Zo ontstaat er een continu groeiend geheugen van gesprekken, kennis en context

dat ik op elk moment kan raadplegen."

Ivo: "Ik gebruik AI bijvoorbeeld ook om klantsentiment te achterhalen. Door de terminologie in mailtjes en appjes te analyseren, kun je heel snel achterhalen of een klant tevreden is of niet. Je onderbuik heeft meestal ook wel door of een samenwerking naar tevredenheid is of niet, maar zo'n systeem signaleert dit feilloos én heel erg vroeg. Met die kennis kun je bellen, mailen of op de koffie gaan bij de klant om de pijn weg te nemen. Zo bouw je aan langdurige klantrelaties."

Dat AI kansen biedt is duidelijk, maar waar zitten volgens jullie de valkuilen?

Maurice: "Iedereen kan er tegenwoordig op los vibe coden en het is serieus indrukwekkend wat daar uitkomt. De snelheid en de hoeveelheid die je kunt produceren is waanzinnig. Toch vind ik het wel een risico dat je niet exact weet hoe het gegaan is. Je begrijpt niet hoe het onder de motorkap in elkaar zit. Bij PCA willen we juist precies begrijpen wat het product doet, hoe het precies werkt en hoe de code van A tot Z in elkaar zit. Het systeem dat wij aan onze klanten leveren moet honderd procent betrouwbaar zijn. Die voorspelbaarheid levert AI niet altijd. Dus ja, je kan de kennis wel uitbesteden, maar het begrijpen niet."

Johnny: "'You can outsource the thinking, but you can't outsource the understanding', zo zei AI-onderzoek Andrej Karpathy laatst. Ik herken dat heel erg. Ik heb ook zoveel uren verkloot. Ik ben soms weken met iets bezig voordat ik ontdek dat ik één klein dingetje gemist heb. Puur omdat ik niet precies weet wat ik aan het doen ben. Dat is wel een beetje mijn stijl."

“
Je kan de kennis wel
uitbesteden, maar het
begrijpen niet
”

- Maurice Tijs -

Ik neem die risico's wel. Het gevaar is ook dat het zó breed is. Ik kan inmiddels niet meer stoppen met denken: 'Oh, hier kan ik ook een tooltje voor maken'. Het echt begrijpen hoe iets werkt, kun je niet aan AI overlaten. Ik denk dat dáár uiteindelijk de meerwaarde van mensen en van het bedrijfsleven blijft liggen."

Ivo: "Ik ben specialist geworden om één ding heel goed te kunnen. Ik ga me ook niet vermoeien met allerlei andere AI-systemen



Ben jij ons volgende covermodel?

Informeer naar
de mogelijkheden!



“ Werk waar normaal vijf maanden voor staat, had ik met AI in twee weken af ”

- Johnny Nijenhuis -

die problemen in bedrijven oplossen waar ik niet bij betrokken ben. Mijn enige doel is dat als iemand mij belt met een probleem over vindbaarheid, ik het sneller en beter oplos dan wie dan ook. AI is voor mij een middel om meer te doen in minder tijd. Die extra tijd kan ik weer gebruiken voor extra SEO-optimalisaties.”

Zijn er voor jullie ook grenzen aan het gebruik van AI? En zo ja, waar liggen die?

Ralf: Wij werken veel met klantgegevens, dus daar moet je wel echt voorzichtig mee omgaan. Daarom gebruiken wij echt allemaal een betaalde omgeving waarvan we zeker weten dat het binnen die omgeving blijft. Daarover hebben we samen ook afspraken gemaakt. Heb je daarmee alles waterdicht? Nee, maar hiermee creëren we wel bewustzijn.”

Nico: “Voor ons geldt hetzelfde. Wij gebruiken alleen betaalde AI-accounts vanuit Bajo zelf. Daarnaast schakelen we ook heel bewust

met een externe partner die een eigen server heeft waarop alles draait. Voor ons gevoel hebben we het daarmee zo goed mogelijk afgeschermd.”

Ivo: “Ik heb twee grenzen: allereerst test ik nieuwe AI-toepassingen altijd eerst op mijn eigen websites en niet direct bij klanten. Je kunt geautomatiseerd allerlei pagina's laten maken, blogs schrijven en informatie online pompen. In korte tijd haal je enorme resultaten, maar vroeg of laat gaat het algoritme het afkeuren. Dat ga ik niet bij klanten uittesten. Daarnaast stop ik geen NAW-gegevens in AI-systemen. Ik doe alles geanonimiseerd, zodat ik geen onderdeel word van een datalek.”

Maurice: “Vanwege deze risico's zijn we bezig om in onze software een AI-werkplaats op te nemen. Zo kan een klant in de PCA AI-werkplaats zelf producten en software gaan maken, maar dan wél binnen de beveiliging van ons. Anders zitten we straks met een datalek of met corrupte data.”

Welke tip zouden jullie ondernemers willen meegeven?

Ivo: “Zorg dat je het komende kwartier gewoon gaat testen. En als het geen kwartier is, dan een uur. Of misschien wel een hele avond. Geef jezelf de ruimte om te ontdekken welke toepassingen bij jouw werk passen en waar het direct tijdswinst oplevert.

Volgens mij is dat voor bijna iedereen wel te vinden. Uiteindelijk begint het gewoon met iets installeren en proberen.”

Ralf: “Het is een kwestie van tijd en prioriteit. Zorg er daarom voor dat je er als management echt gas op geeft. Zo hebben wij zelf bijvoorbeeld een AI-kernteam aangesteld dat met initiatieven komt. Daarnaast zou ik iedereen aanraden om de verbinding op te zoeken met andere ondernemers. Sluit je aan bij een AI-leerkring. Daarin kun je elkaar helpen en inspireren, je blijft bij én je doet ook kennis op van buiten je eigen bubbel.”

Nico: “Het is vooral belangrijk om het echt samen met je team te gaan doen. Want jij kan het willen, maar iedereen moet mee. Zet kleine stapjes en zorg voor betrokkenheid. Bij ons merk je echt dat nu collega's zien dat het werkt, dat hun enthousiasme groeit en dat ze zelf met ideeën komen. Dat moet je wel stap voor stap opbouwen.”

Johnny: “Ik hoop vooral dat ondernemers er meer mee aan de slag gaan. Juist omdat AI zo breed toepasbaar is, hebben we allemaal moeite om het concreet toe te passen. Ik zou graag meer voorbeelden willen zien van mensen om me heen die een mooie toepassing hebben gevonden. Daar kunnen andere ondernemers weer inspiratie uithalen.”

