

De eerste
365 dagen

THOMAS SIMONO (32): 'VEEL BEDRIJVEN ZIEN DE VOORDELEN VAN OPEN SOURCE'

Een jaar geleden werd Thomas Simono salesmanager bij het digitaal bureau Dropsolid in Gent. Voordien leidde hij de b2b-afdeling van Coolblue België, een van de grootste webshops in de Benelux. Een sprong in het duister dus, naar een kleine Vlaamse kmo. "Ik was Coolblue zeker niet beu. Geregeld tussen Gent en Rotterdam reizen, viel nog moeilijk te combineren met twee jonge kinderen", vertelt Simono. "Voor Coolblue heb ik onder meer voor Sanoma en Belgacom gewerkt, altijd grote bedrijven. Het was dus even afwachten of ik wel mijn draai zou vinden bij een kmo met bijna zestig medewerkers. Maar het is allemaal zeer vlot gegaan."

De bedrijfscultuur moet wel een aanpassing zijn geweest.

THOMAS SIMONO. "Dat valt zeer goed mee, dat had ik al door tijdens de gesprekken met de oprichters, Dominique De Cooman en Steven Pepermans. Zij communiceren heel open en direct. We zitten in één groot kantoor, zonder al te veel hiërarchie. De sprong van een e-commercespeler naar een specialist in websites en digitale marketing is ook niet zo groot. In wezen zijn het twee digitale bedrijven. De grootste aanpassing was nog de naamsbekendheid. De meeste mensen weten waar Coolblue of Belgacom voor staan. Nu moest ik voor het eerst uitleggen waar het bedrijf voor staat."

Dropsolid maakt onlineoplossingen met het populaire Drupal-platform. Dat is opensourcesoftware, vrij aan te passen en vrij te gebruiken. Schrikt dat klanten af?



Is: salesmanager van het webbureau Dropsolid
Vrije tijd: familie

"Ik moest voor het eerst uitleggen waar het bedrijf voor staat"

SIMONO. "De klik is al lang gemaakt. Veel bedrijven zien de voordelen. De software is gratis in gebruik en programmeurs over de hele wereld schrijven samen ook de meest uiteenlopende extra modules. Maar de kwaliteit was niet altijd goed. De community rond Drupal hamert op programmeren volgens het boekje en heeft ook controlemechanismen ingebouwd. Diezelfde discipline leggen onze programmeurs zichzelf op.

"Drupal heeft een groot draagvlak in België. We hebben onder meer al zeer complexe zaken met Drupal gemaakt, onder meer interne websites om de backoffice te regelen en we hebben ook mooie klanten kunnen overtuigen, zoals TVH en Cardoen."

De focus ligt niet alleen op grote bedrijven.

SIMONO. "We richten ons ook op kmo's en zelfstandigen. Dat is mijn belangrijkste focus, naast het aansturen en coachen van de overige zes verkopers. Onze CEO, Dominique De Cooman, is technisch beter onderlegd en doet meestal de projecten bij grote bedrijven. Het komende jaar zetten we zwaar in op Cooldrops, een aanbod op maat van kmo's, waarmee zij ook toegang krijgen tot de expertise die we hebben opgebouwd bij grote projecten. Er is ook een formule met gratis basiswebsites voor kleine bedrijven en zelfstandigen, zodat zij toch ook met onlinemarketing kunnen beginnen. Een zeer laagdrempelige formule, zonder addertjes onder het gras. Die dienst moet het komende jaar veel bekender worden."

Die doelgroep is vaak al tevreden met een profiel op Facebook.

SIMONO. "Facebook is meestal het eerste kanaal waar consumenten een bedrijf ontmoeten. Maar voor meer informatie gaan klanten toch liever naar een aparte website. Dat wekt vertrouwen. Daarnaast is onlinemarketing ook nodig om een identiteit op te bouwen. Dat bieden we ook aan. Een goede website die niet bekend is bij zijn doelgroep is zoals een een miljoen mooie visitekaartjes drukken en die dan op het bureau laten liggen." © S.F.