

'Ik heb het eerst te groot aangepakt'

9 mei 2019-fd

Na een stoeve start kan het realtime marktonderzoekbureau My Dialogues dankzij twee vrouwelijke business angels nu gaan opschalen. 'Mijn advies is: zoek business angels die kritisch zijn en anders dan jijzelf', zegt oprichter Jacqueline van der Gracht.



Jacqueline van der Gracht, oprichter en ceo van My Dialogues foto: Mark Horn voor Het Financiële Dagblad

Voordat Jacqueline van der Gracht My Dialogues drie jaar terug oprichtte, werkte zij in diverse salesfuncties en ondersteunde ze bedrijven bij het versterken van de dialoog met hun klanten. Ze had veel te maken met klantonderzoeken, maar was vaak ontevreden over de kwaliteit. 'De feedback van klanten had nauwelijks impact op de verbetering van producten en diensten', zegt ze. 'Ook als consument had ik het gevoel dat er nooit iets gedaan werd met online-enquêtes. Ik kreeg veel te lange vragenlijsten via de mail, met vragen die niet relevant waren, en vervolgens hoorde ik niets meer. Je zag ook een afname van deelnames aan online-onderzoek. Vooral jongeren herkenden zich niet in het idee om via e-mail op een vragenlijst te reageren.'

Vanuit die frustratie ontstond My Dialogues: 'Mijn centrale vraag was: Hoe zorg je ervoor dat de consument, die het eigenlijk heel leuk vindt zijn mening te geven, zich echt betrokken voelt bij je merk? Ik zag de toename van technische mogelijkheden, vooral via het apparaat

dat we de hele dag bij ons hebben: onze mobiel. En ik dacht: als onderzoeksbureaus dit niet gaan doen, doe ik het zelf wel.'

Uitdaging 1

Investeerders vinden die op lange termijn willen meelopen

Uitdaging 2

Een team smeden met verbinding tussen de diverse disciplines

In 2015 ging My Dialogues van start. Via de app kunnen organisaties realtime vragen aan klanten stellen en op basis van de antwoorden een vervolgvraag stellen. Een team dat bijvoorbeeld de uitstraling van een nieuw product wil testen kan snel twee foto's delen met de klant en krijgt direct feedback, legt Van der Gracht uit. 'Die relevantie van de vraag vind ik heel belangrijk. De snelheid en het directe contact maakt dit tot een hele nieuwe manier van onderzoek, die goed past bij de werkwijze van agile teams.'

Met eigen geld en haar toenmalige business partner maakte Van der Gracht de start. Ze herinnert zich de begintijd als een solistisch en soms eenzaam avontuur: 'Mijn aanvankelijke business partner en ik gingen uit elkaar. Op een goede manier hoor, maar we hadden een verschil in ambitie. Ik deed daardoor in die beginperiode veel alleen en herinner me die fase ook echt als overleven. Je betaalt een hoge prijs met betrekking tot de dingen die je moet laten om hier doorheen te komen. Je verdient een paar jaar niks en krijgt heel vaak nee te horen.'

Ze dreigde zich op een zeker moment aan haar nieuwe product te vertellen. 'Ik heb het in eerste instantie te groot aangepakt. Ik wilde direct twee platformen ontwikkelen en wilde ook met een redelijk compleet product de markt op gaan. Ik zou het nu anders doen en in de beginfase veel meer agile werken. Dat is ook mijn advies aan andere start-ups in deze techniek: begin klein en betrek je klanten erbij.'

Haar levenspartner en haar klanten waren die eerste jaren haar grootste bondgenoten, vertelt Van der Gracht: 'Het positieve nieuws was toen dat ik al vrij snel grote klanten had. Mijn ervaringen in sales hielpen daar zeker bij. In januari 2016 kon ik ABN Amro als launching customer contracteren voor een uitgebreide pilot. ABN Amro toonde hier echt lef. En de support van mijn klanten was vanaf het begin ongekend groot. Dat heeft me door de uitdagingen heen geholpen.'

'Een van mijn grootste uitdagingen toen ik wilde doorstarten was toegang tot financiering vinden. Ik heb oprecht gemerkt dat dit voor een vrouw lastiger is dan voor mannen.'

Het aantrekken van twee business angels – Sacha Engels en Yasemin Tümer – betekende een doorbraak in de solistische fase en was onmisbaar voor het door ontwikkelen van My Dialogues. 'Sacha en Yasemin hebben me niet alleen ondersteund met investeringen, maar ook met hun netwerk, kennis en kunde. Je hebt meer nodig dan geld alleen. Het is zo belangrijk dat je even kunt sparren met iemand. Mijn advies is: zoek business angels die kritisch zijn en die echt anders zijn dan jijzelf. Zorg dat ze complementair zijn aan de eigenschappen die je zelf hebt. Ik gun iedereen Sacha en Yasemin in de start-up-fase. Daar staat of valt je organisatie echt mee.'

Het is geen toeval dat ze bij vrouwelijke investeerders terecht kwam, zegt Van der Gracht. 'Een van mijn grootste uitdagingen toen ik wilde doorstarten was toegang tot financiering

vinden. Ik heb oprecht gemerkt dat dit voor vrouwelijke ondernemers een grotere uitdaging is dan voor mannen. Aan de andere kant van de tafel zitten nog altijd vooral mannelijke investeerders. Tegelijk moeten we als vrouwen zelf ook leren om groter te denken en meer te vragen. We hebben even goede ideeën en even goede businessplannen als mannen, maar we stellen ons nog steeds te bescheiden op.'

Inmiddels werken bij My Dialogues een onderzoeker, een finance-medewerker en sinds kort een cto. Klanten zijn nu, naast ABN Amro, onder meer VGZ, Heineken, Pensioenfonds Detailhandel en de VvAA. Van der Gracht is in gesprek met twee grotere investeringsmaatschappijen.

Door het nieuwe kapitaal kan My Dialogues nieuwe stappen zetten. 'Als eerste gaan we het platform door ontwikkelen en de app verbeteren met de input van onze grote klanten. Ten tweede gaan we de sales opschalen. We willen in 2018 met 300 procent groeien en in 2019 willen we echt doorstomen. Er ligt nog een enorme markt, bijvoorbeeld onder start-ups en mkb-bedrijven, maar ook in het buitenland.'

Opschalen vereist andere competenties, merkt Van der Gracht. 'In de start-up-fase ben je al blij als je overleeft. In de scale-up-fase moet je je veel meer richten op het halen van concrete doelen en strategische keuzes maken. Ik vind deze fase erg leuk. Het voelt alsof ik van overleven naar leven ga. Aan de ene kant lijkt het alsof ik minder controle heb, want ik moet het nu samen met andere mensen doen. Maar dat voelt geweldig. Ik krijg heel veel energie van die samenwerking.'

Het oordeel | 'Een aantrekkelijk product, maar makkelijk te kopiëren'

Wat vindt de neutrale investeerder van deze start-up? Deze week: Pieter Wilde.

'De aantrekkelijkheid van My Dialogues zit hem in de eenvoud en kracht van het concept: directe communicatie tussen organisaties en hun klanten. Organisaties kunnen snel en zonder tussenkomst van marktonderzoekbureaus feedback vragen aan klanten en potentiële klanten. Van belang is daarbij wel dat de representativiteit van het klantonderzoek wordt gewaarborgd. Wat mooi is om te zien is dat My Dialogues al een paar grote en gerenommeerde klanten aan zich heeft weten te binden. Met dergelijke referenties zal het een stuk eenvoudiger worden om nieuwe klanten binnen te halen.

Het platform is volgens mij goed schaalbaar: dat is een absoluut pluspunt. Tegelijkertijd is het wellicht ook relatief eenvoudig te kopiëren door de concurrentie. Het lijkt mij zinvol om daar aandacht aan te besteden. De inzetbaarheid is groot voor veel merken en organisaties: groot en klein.

Om een groot scala aan opdrachtgevers te bereiken zou je het moeten aanbieden via diverse verdienmodellen, van abonnement tot een meer flexibele vorm. Al met al een onderscheidend product met een aantrekkelijke potentie. Tot slot: hou altijd grip op je



cashontwikkeling, zeker ook bij snelle groei. Cash is Koning!

Pieter Wilde is partner bij investeringsmaatschappij Antea Participaties, dat sinds 1999 groei-financiering verstrekt aan Nederlandse mkb-ondernemingen.