

7 In een presentatie noemde u het aangaan van partnerships als een belangrijke bron voor groei. Wat houdt dat precies in?

“Van oudsher gaan wij zelf de boer op om onze diensten te verkopen, maar we merken dat er steeds meer bedrijven zijn die onze dienstverlening willen inbouwen en doorverkopen. Een simpel voorbeeld is tandartssoftware. Elke tandarts wil een sms kunnen sturen als afspraakbevestiging. Het is voor ons logischer om met de partij die tandartssoftware maakt een samenwerking aan te gaan dan dat wij naar al die tandartsen in Nederland gaan. Dat noemen we partnerships en dat wordt in toenemende mate een belangrijke bron van nieuwe klanten.”

8 U noemde enkele grote technologiebedrijven zoals Google en Alibaba. Wat voor relatie heeft CM.com daarmee?

“De meeste zijn klant bij ons. We werken heel vaak als eerste aan nieuwe technologieën die zij introduceren. We zitten daardoor altijd bij de eerste lichting bedrijven omdat zij ons herkennen als een partij die veel investeert om voorop te lopen en dingen uit te proberen. We zijn nu bijvoorbeeld met Instagram iets aan het doen wat nog bijna niemand gedaan heeft.”

9 Naast de communicatie, levert u klanten ook aanvullende diensten. Waar gaat het dan om?

“Op ons platform draait software die klanten bijvoorbeeld helpt om hun communicatie te automatiseren of om marketingcampagnes op te zetten. Bedrijven kunnen de data over de communicatie die ze met consumenten hebben veilig bij ons opslaan en daarna zelf gebruiken. Een variant op communicatie is de inzet van betaaldiensten. Alle dingen die



wij doen leiden er uiteindelijk toe dat de klanten van onze klanten loyaler worden en meer gaan kopen. Daar hoort bij dat ze via ons systeem kunnen afrekenen.”

10 Wie zijn de concurrenten van CM.com?

“In Amerika is een grote concurrent het beursgenoteerde Twilio. Dat is een stuk groter, maar zij zijn vooral in Amerika actief terwijl wij vooral in Europa en Azië zitten. In Zweden heb je Sinch. Dat doet heel veel overnames, dus zij zijn in omzet misschien wel harder gegroeid dan wij. Er is ook nog een Noors bedrijf, Link Mobility. Dat is door allerlei overnames de laatste jaren ook gegroeid.”

11 Is er ruimte voor het samengaan van bedrijven?

“Ja, heel veel. Er zijn ook al heel veel bedrijven die elkaar hebben overgenomen. Er zijn de afgelopen twintig jaar duizenden van dit soort bedrijven ontstaan waarvan er een aantal zijn overgebleven die groot zijn geworden. Wij hebben ook veel overnames gedaan. Niet in de afgelopen tien jaar, maar daarvoor, op het moment dat mensen minder geloofden in de toekomst van deze dienstverlening en dit soort bedrijven niet zo waardevol was. KPN had bijvoorbeeld een afdeling die dit deed, net als De Telegraaf. We hebben bedrijven overgenomen tegen relatief lage waarderingen. Op dat moment was het voor ons goedkoper om het hele bedrijf te kopen dan om

‘WE
VERWACHTEN
ERGENS IN
2023 WEER
WINSTGEVEND
TE ZIJN’