

bedrijven om al die kanalen te bedienen zodat ze op grote schaal met personen contact kunnen hebben.”

2 **Wie zijn uw klanten?**
 “We hebben tienduizend klanten, van hele kleine winkeltjes tot de grootste bedrijven van de wereld zoals Randstad, BMW, Google, Alibaba en Tencent. In Nederland bedienen we bijna alle grote organisaties. Alle banken, alle overheidsdiensten en alle energiebedrijven. Een derde van de omzet komt van de hele grote klanten, de top tien. Nog een derde komt van de honderd daaronder en de rest van alle andere klanten. Als ik kijk naar landen, dan komt twee derde van de omzet uit Europa en een derde uit de rest van de wereld. Dat is voor een deel Azië en een deel Amerika.”

3 **U bent begonnen met sms en dat is nog steeds onderdeel van de activiteiten. Is dat nog interessant nu er zoveel andere diensten zijn?**
 “Ja. Waar het bijvoorbeeld heel veel voor wordt gebruikt, is een melding van bezorgbedrijven. Die sturen een sms met een bevestiging hoe laat ze precies komen. Een ander voorbeeld is marketing. Een winkel heeft iets in de aanbieding, of de uitverkoop begint, en dan nodigen ze zo hun klanten uit. Dat is bijvoorbeeld groot in Frankrijk en China. Het kan ook met een WhatsApp-bericht, alleen is dat niet per se beter en zeker niet goedkoper.”

4 **U heeft sinds de beursgang honderd miljoen euro geïnvesteerd. Waar was dat geld voor nodig?**
 “Voor het binnenhalen van nieuwe klanten. We zagen een paar jaar geleden dat ons product echt aansloeg. Het was vooruitstrevend, we liepen voorop en wonnen er prijzen

mee, maar we moesten het wel gaan verkopen. Daarom wilden we honderd miljoen euro ophalen met een beursgang voor het aannemen van meer mensen en voor investeringen in technologie, marketing en sales om de groei mogelijk te maken. We zijn nu in een paar jaar tijd bijna drie keer zo groot geworden. We hebben drie keer zoveel omzet, drie keer zoveel mensen en drie keer zoveel klanten.”

5 **CM.com zakte tegelijkertijd wel in de rode cijfers. Waar kwam dat door en wanneer is het bedrijf weer winstgevend?**
 “Als ik naar ons bedrijf kijk, dan bestaan de activiteiten uit twee dingen: exploitatie en exploratie. De omzet komt van de bestaande klanten. Tegelijkertijd gaat maar de helft van de kosten daarnaartoe omdat we ook willen groeien. De andere helft van onze kosten gaat dus naar nieuwe dingen. Het zoeken van nieuwe klanten, het maken van nieuwe producten, promotie. Dat levert in eerste instantie niks op, maar daar komt wel de groei vandaan. Er komt straks een punt dat de inkomsten uit de drie keer zo grote klantengroep weer de kosten overstijgen. Dat omslagpunt komt ergens volgend jaar en vanaf dan zijn we weer winstgevend.”

6 **De converteerbare obligatie loopt in 2026 af. Weet u al hoe u die gaat terugbetalen?**
 “Daar zijn allerlei opties voor. We zouden de obligaties kunnen converteren, maar dan moet de koers wel hoog staan. Nu staan alle technologiebedrijven laag, dus dat is wat minder aantrekkelijk. We kunnen natuurlijk ook een nieuwe converteerbare obligatie uitgeven of gewone aandelen uitgeven. Het meest voor de hand liggend is dat we tegen die tijd gewoon genoeg winst maken zodat we makkelijk geld kunnen lenen.”

ren met consumenten. Als een bedrijf duizenden klanten heeft, dan moet het op een gegeven moment dit soort technologie gaan gebruiken. In eerste instantie gebruikten we daarvoor sms'jes, maar nu zijn er veel meer kanalen zoals e-mail, WhatsApp, Facebook Messenger en Instagram. We helpen

'ALLES WAT WE DOEN RICHT ZICH OP DE LOYALITEIT VAN DE KLANTEN VAN ONZE KLANTEN'

