

Start-up kitchen Teamily

'We zijn nog lang niet waar we willen zijn'

Nadat hun augmented-reality-bedrijf Layar was verkocht, besloten Maarten Lens-FitzGerald (45) en Raimo van der Klein (43) opnieuw te beginnen. Hun nieuwe kindje heet Teamily, een tool die teams beter moet laten presteren.

Franka Rolvink Couzy

De gescheurde envelop waarop lang geleden de levenscyclus van Layar werd gekrabbeld, staat ingelijst op de vensterbank van het nieuwe kantoor in bedrijfsverzamelgebouw B.Amsterdam. Het lijstje roept herinneringen op aan 2009, toen investeerders binnen werden gehaald als Intel, Sunstone Capital en het Nederlandse Prime Ventures. Vijf jaar later werd Layar alweer verkocht aan het Britse bedrijf Blippar.

'We konden het bedrijf zelf niet meer verder brengen', zegt medeoprichter Maarten Lens-FitzGerald zonder schroom. Hij weet waar zijn kwaliteiten liggen. Medeoprichter Raimo van der

Klein noemt Maarten zelfs 'visionair'. Hij weet waar behoefte aan is, zit bomvol ideeën en wordt daar soms zelfs een beetje onrustig van. Maar voor de volgende fase van Layar was Lens-FitzGerald minder geschikt, weet Van der Klein, die zelf de 'doener' van het stel is. Layar moest nieuwe markten aanboren, en dat konden zij beter aan een ander overlaten.

Deze zelfkennis komt van pas bij Teamily, het nieuwste bedrijf dat het duo in april 2015 opzette. Teamily is een hulpmiddel om teams beter te kunnen laten presteren en beter beslissingen te laten nemen. Het idee is dat het team zo divers is dat er verschillende kwaliteiten bij elkaar komen. 'Wij laten iemand zien waarin hij goed is en in welke fase van een project hij het beste past', legt Lens-FitzGerald uit. 'Door dit inzicht zijn de teams in staat flexibeler de tijdelijke rollen op te pakken.'

Het idee voor Teamily ontstond doordat het duo als adviseur van bedrijven teams zag samenwerken die niets of weinig opleverden. Dat kwam doordat er bijvoorbeeld alleen maar verkopers bij elkaar werden gezet, die ook allemaal voor de winst gaan, maar te weinig oog hebben voor het maakproces. Net zoals een team dat overwegend uit programmeurs bestaat, zoals veel start-ups, vaak moeite heeft een product naar de markt te brengen. Diversiteit is dus het antwoord. Maar om dat te bereiken moeten de verschillende teamleden wel precies weten waarin ze goed zijn.

Om deze analyse te kunnen maken heeft Teamily een tool ontwikkeld, de Teamdriver. Na een vragenlijst wordt de analyse gemaakt van de teamcompetenties die nodig zijn voor het betreffende project. Vanaf dat moment ziet Teamily waar de 'bottlenecks' zitten en wie het beste in welke rol past. De een is goed in de opstartfase, de ander is goed in design, het benaderen van marktpartijen of juist het uitrollen van het product naar bijvoorbeeld het buitenland.

Dat betekent ook dat een leidinggevende in een bedrijf niet per se degene is die een project het beste leidt, zo ondervond ABN Amro. Zij hadden een project naar klanttevredenheid opgezet, en ontdekten via Teamily dat het minst ervaren teamlid het geschiktst was om



Raimo van der Klein (met bril), Maarten Lens-FitzGerald en Matthijs Draijer (links, met baard) van Teamily. FOTO: MARK HODIN VOOR HET FD

het project te leiden. Dit soort eyeopeners hebben er volgens Lens-FitzGerald voor gezorgd dat bij de eerste klanten 'ongekende uitkomsten' zijn gehaald.

Ook Google, dat met Zoo al een team in huis had dat goed presteerde, wist zichzelf via de teamtool te verbeteren. Bij Zoo worden de creatieve campagnes bedacht. 'Zij wilden nog beter presteren, maar wisten niet meer hoe ze dat konden doen', licht Van der Klein toe. 'Na een sessie bij ons bleek dat dit Zoo-team mensen miste in de fase waarin er een doener in actie moet komen: iemand die dingen oppakt en maakt. In het Google Zoo-team zat een combinatie van visionairs en mensen die het product goed konden verkopen.'

Verzekeraar Achmea wist op zijn beurt niet goed hoe ze millennials aan het sparen kon krijgen. Tijdens een hackathon stuitte men op een team dat het idee had om millennials aan te zetten tot sparen via kortingen op bijvoorbeeld Netflix en Spotify. Met de Teamily-tool kon dit nieuwe team, dat bestond uit medewerkers van Achmea, studenten en freelancers, in korte tijd succes boeken doordat helder was wat de rollen waren. 'Ze vertelden ons dat ze in twee maanden tijd van idee naar product zijn gekomen', zegt Van der Klein. 'Zo snel waren ze nog nooit gegaan.'

In totaal heeft Teamily nu met zo'n twintig bedrijven gewerkt. De omzet die hiermee wordt binnengehaald is nog te 'humble' om te melden, meent Lens-FitzGerald. 'We draaien break-even', zegt hij erbij. Maar het echte doel is een database te bouwen met daarin miljoenen freelancers en vaste werknemers van wie bekend is in welke projectfase zij het beste presteren. 'Zodat iemand dan een bericht krijgt van de Teamily-machinerie waarin staat: "Als jij nu aansluit bij dit project, dan kun je de prestaties met 50% verbeteren". Dit is onze visie', zegt Lens-FitzGerald.

Om dat te bereiken is cto Gawin Dapper aangeetrokken. Dapper was hiervoor cto bij Phonebloks, de modulaire mobiele telefoons die nu in ontwikkeling zijn bij Google. Vanaf 2018 moet het eerste slimme algoritme worden ingezet om een match te kunnen maken.

Een 'kleine groep informele investeerders', van wie de namen niet worden vrijgegeven, hebben een kleine € 500.000 in Teamily gestoken. Daarnaast investeren de ondernemers zelf.

'We zijn nog lang niet waar we willen zijn. We hebben onszelf tien jaar gegeven', zegt Lens-FitzGerald. 'Het zou mooi zijn als over tien jaar 1% van de wereld met Teamily werkt. En dan moet duidelijk zijn waar we voor staan. Nu moeten we nog zeggen dat we "de TomTom voor teams zijn". Dat is een zwaktebod.'

Uitdagingen

1

Het bouwen van een database met gegevens over miljoenen werknemers en freelancers en dan vooral in welke projectfase zij het beste presteren.

2

In 2018 moet het eerste slimme algoritme worden ingezet om een match te kunnen maken

Het oordeel: 'Is dit geen oude

Wat vindt de neutrale investeerder van deze start-up? Deze week: Sacha Engels

'Over de negatieve impact van niet optimaal samenwerkende teams zijn bibliotheken vol geschreven en de heilige graal is nog steeds niet gevonden. Als door tussenkomst van Teamily de succesratio van projecten met 50% kan stijgen, zoals zij zeggen, dan zou dit baanbrekend zijn. Feitelijk is dit een traditioneel consultancymodel

dat een eigen niche heeft gevonden. Hoe de tools leiden tot een optimale teamsamenstelling vind ik, op basis van de informatie, moeilijk te beoordelen. De vraag is dan ook: is dit geen 'oude wijn in nieuwe zakken'? Want wat wordt de rol van Teamily na de analysefase? Welke producten of diensten worden er verder aangeboden? Ik mis nu strategische samenhang, positionering en focus. Als investeerder ben ik nieuwsgierig naar een

consultancywijn in nieuwe zakken?'

Sacha Engels

is consultant, commissaris en investeerder. Ze heeft belangen in diverse start-ups. Voor 2008 werkte ze in de marketing- en communicatiebranche.



plan waarin helder verwoord wordt op wie ze zich richten. Uiteindelijk willen ze uitkomen bij de corebusiness die ze voor ogen hebben: het bouwen van een slimme database om "search & match" te kunnen versnellen en verbeteren. Optimaal presteren wordt echter vooral bepaald door (intrinsic) motivatie en talenten. Deze gegevens blijken uitermate moeilijk te vangen in algoritmen. Het wachten is op de eerste die dit lukt. Dat wordt nog een hele uitdaging.'