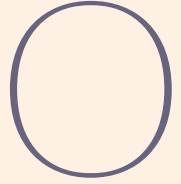


'We begonnen met hogere kosten dan een gewone start-up'

Onlineleerplatform Knowingo werd een succes nadat de oprichters hun aanvankelijke plannen zwaar hadden bijgesteld. Die flexibiliteit betaalde zich uit. Knowingo bleek een snelle groeier en kan dankzij een investering van €2 mln nu een volgende fase in gaan.

Door Peter Runhaar



Op basis van jarenlange ervaring in de gamingindustrie ontwikkelde Loren Roosendaal Knowingo, een app waarmee werknemers hun kennis voortdurend up-to-date kunnen houden. Op zijn elfde begon hij zelf games te bouwen, vertelt hij. En toen Roosendaal 21 jaar was, richtte hij met twee kompanen in San Francisco gamebedrijf Shattered Reality Interactive op, dat in een halfjaar groeide van drie naar 45 medewerkers.

'In de gamingindustrie worden ongelooflijk veel nieuwe technologieën ontwikkeld', zegt de nu 33-jarige Roosendaal. 'Het duurt tien tot twintig jaar voordat die technologieën worden ingezet in het bedrijfsleven. Dat prikkelde mij. Ik vroeg me af waarom we alle knowhow die achter die games zit niet veel sneller konden inzetten om serieuze problemen op te lossen.'

Deze gedachte leidde niet direct tot Knowingo. Eigenlijk ontstond Knowingo via een omweg, legt Roosendaal uit. Aanvankelijk ontwikkelde hij met zijn team een virtueel trainingsplatform onder de naam InterACT. 'Het werd een prachtig platform, we hebben het bij grote partijen neergezet en wonnen awards.'

Het platform leidde tot onverwachte bevindingen. Roosendaal: 'Gemiddeld bleken werknemers minder dan 40% van de kennis waarover ze moesten beschikken paraat te hebben. Ons nieuwe platform legde een enorm kennisgat bloot. Onze uiteindelijke conclusie was dat mensen jarenlang op een verkeerde manier geleerd hadden en getoetst waren. De traditionele e-learning-modules hebben niets met leren te maken. Ze gaan er onder andere van uit dat je iets voor altijd weet als je het één keer geleerd hebt

en gaan voorbij aan de enorme vergeetcurve die je bij leren ziet. De markt zit dus blijkaar vol met tools die geen resultaten leveren en voornamelijk schijnzekerheden bieden.'

Op basis van deze ervaringen constateerden Roosendaal en zijn collega's dat het virtuele trainingsplatform niet de weg was om te gaan. InterACT had een gat in de markt aangetoond. Om op dat gat in de markt te kunnen inspelen, werd het idee van het virtuele trainingsplatform vervangen door een slimme app, waarmee mensen hun kennis heel gericht kunnen ontwikkelen door een paar minuten per dag te oefenen.

'Met Knowingo kunnen mensen door een combinatie van gamification en kunstmatige intelligentie spelenderwijs "any time any place" leren om hun werk goed te doen. Denk aan het up-to-date houden van steeds veranderende productkennis voor salesmensen. Het effect is veel beter dan met traditionele tools. Dankzij die zelflerende kunstmatige intelligentie doorloopt iedere medewerker een perfect op hem of haar afgestemde leerervaring, waarmee kennis spelenderwijs wordt opgebouwd en nooit meer vergeten wordt. Halverwege 2017 hebben we gezegd: als we echt willen dat Knowingo de potentie gaat waarmaken, moeten we volledig focussen. Alle andere activiteiten hebben we overgeheveld naar spin-offs.'

Daarom was de start van Knowingo anders dan die van de meeste start-ups. 'Doorgaans begin je met drie man, kom je al snel boven break-even en ontwikkel je in stappen door. Maar vijf zaten al met twintig medewerkers. Dat geeft aan de ene kant veel kracht. We begonnen direct met een goed ingewerkt team en konden snel een fantastisch product neerzetten. Maar het voordeel was ook ons nadeel, want we startten met een aanzienlijke hogere kostenbasis dan start-ups die met drie mensen beginnen.'

Bovendien moest er een cultuurverandering plaatsvinden. 'Voor het aanbieden van virtuele trainingen hadden we een productieorganisatie nodig met veel structuur en voor het ontwikke-



Loren Roosendaal: 'Wij ontdekten dat mensen jarenlang op de verkeerde manier geleerd hadden.'

FOTO: MARK HORN VOOR HET FINANCIËLE DAGBLAD

Uitdaging

1 Om op dit tempo door te groeien heb je de juiste mensen nodig, dat is soms zoeken.

2 Succesvol blijven door ervoor te zorgen dat iedere nieuwe klant meer en beter ondersteund wordt dan de vorige.

Het oordeel

Wat vindt de neutrale investeerder van deze start-up? Deze week: **Sacha Engels.** 'Dit is het verhaal van een "agile" ondernemer. Ik leef mijn concept. Het aanbod van trainingen, opleidingen on- en offline is niet voor niets enorm. Het is dan ook complex hierin de juiste selectie te maken. Knowingo lijkt hier een eigen plaats in te gaan nemen als breed inzetbaar basisset van ontwikkelings- en kennisgaten dicht. Creatief blijven leren en ontwikkelen met behulp van de nieuwste technologie. In een wereld waar in hoog tempo transforma-

ties plaatsvinden, wordt het ontwikkeltraject voor medewerkers als een van de belangrijkste strategische pijlers gezien om succesvol te overleven. Het aanbod van trainingen, opleidingen on- en offline is niet voor niets enorm. Het is dan ook complex hierin de juiste selectie te maken. Knowingo lijkt hier een eigen plaats in te gaan nemen als breed inzetbaar basisset van ontwikkelings- en kennisgaten dicht. Creatief blijven leren en ontwikkelen met behulp van de nieuwste technologie. In een wereld waar in hoog tempo transforma-

ties plaatsvinden, wordt het ontwikkeltraject voor medewerkers als een van de belangrijkste strategische pijlers gezien om succesvol te overleven. Het aanbod van trainingen, opleidingen on- en offline is niet voor niets enorm. Het is dan ook complex hierin de juiste selectie te maken. Knowingo lijkt hier een eigen plaats in te gaan nemen als breed inzetbaar basisset van ontwikkelings- en kennisgaten dicht. Creatief blijven leren en ontwikkelen met behulp van de nieuwste technologie. In een wereld waar in hoog tempo transforma-



Sacha Engels is consultant, commissaris en investeerder. Ze heeft belangen in diverse start-ups. Eerder was ze ondernemer in de marketing- en communicatiebranche.

Maar er rijzen ook vragen: voor wie is het platform niet geschikt? Hoe werkt het wat betreft invoering van de leerstof, rapportage en privacy? Is er buiten het abonnement nog een verdienmodel? Wat is de sales- en marketingstrategie? Hoe behoudt Knowingo de voorsprong? Hoe dan ook biedt deze start-up een innovatief concept dat nieuwsgierig maakt. Als ik hr-directeur was, zou ik Knowingo meteen uitnodigen voor een demo.'

len van Knowingo moesten we juist terug naar de start-upmentaliteit. We hebben die verandering vooral goed kunnen realiseren doordat we vanaf het begin heel straight zijn geweest over onze plannen. De mensen die niet bij die koerswijziging pasten, konden zo kiezen voor een baan bij een van de spin-offs.'

Knowingo begon niet in een specifieke niche, zegt Roosendaal. 'In plaats daarvan hebben wij een aantal hypothesen opgesteld van bedrijven waar Knowingo goed werkt: als je veel personeel hebt en als je veel trainingsuren kwijt bent, ga je met ons het meest besparen. In het begin boden we bedrijven een pilot aan, waarbij we een meting deden van de initiële kennis van medewerkers en de kennis na de pilot. We kwamen bijvoorbeeld binnen bij PostNL en konden op basis van een pilot van drie maanden op het callcenter berekenen dat alleen al de productiviteitsverbetering €1200 per medewerker per jaar oplevert. Op één na werden alle bedrijven die de pilot deden ook klant en sindsdien zijn we enorm gegroeid. We zijn nu twee jaar bezig en het laatste kwartaal dat we hebben gemeten — november, december, januari — is ons abonnementsvolume met 109% gegroeid.'

De positieve resultaten betekenen niet dat Loren Roosendaal geen hobbels op de weg tegenkwam. 'We zitten nog in de vroege groei en het komt allemaal aan op de uitvoering. Hoe harder we groeien, hoe harder we moeten werken.' Mede door de twintig medewerkers op de payroll was de financiële druk soms groot. Roosendaal: 'Als je met zo'n grote club bent, voel je je wel verantwoordelijk voor je mensen, zeker als je bijvoorbeeld weet dat je nog maar een paar maanden hebt om de volgende investeringsronde af te ronden.'

Met een investering van €2 mln door Airbridge Equity Partners en een kleine groep informele investoren, is de financiële stabiliteit inmiddels gegarandeerd. 'In eerste instantie gaan we deze middelen inzetten om ons sales- en marketing-apparaat verder uit te bouwen', zegt Loren Roosendaal. 'We willen in Nederland in rap tempo bij elk bedrijf en elke overheidsorganisatie ingeburgerd zijn als het leerbedrijf. Als we dat naar tevredenheid hebben gedaan, verwachten we begin 2019 de eerste officiële stappen naar het buitenland te zetten. Tot nu toe kwamen buitenlandse bedrijven meestal per ongeluk achter ons bestaan. Op mijn verlanglijstje staan Duitsland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, de Nordics en de Verenigde Staten. We hebben vorig jaar een groeiambitie formeel geleerd om per jaar drie tot vijf keer zo groot te worden. Dat kan alleen als we een paar landen gaan toevoegen.'

Peter Runhaar is freelancejournalist.