

Fellowmind

**“Als partner
laat Fellowmind
technologie
echt landen”**

Bart van der Knaap, Microsoft

**AI-pionier met
enthousiasme en
gezond verstand.**

Ellen Euverman, CFO Fellowmind

**Datagedreven
duurzaamheid**

Klantverhaal Azelis

TECHNOLOGIE
BETEKENISVOL MAKEN

Inhoud

04

Microsoft

“Als partner laat Fellowmind technologie echt landen”



14

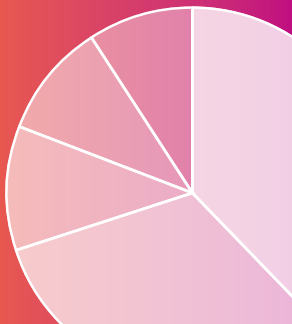
Klantverhaal Azelis

Proactief sturen op duurzaamheid en ESG met Microsoft-technologie

16

AI op de werkvloer

Onderzoek naar de samenwerking tussen mens en AI in organisaties



50

Marc van Hout

De Chief Commercial Officer die nog nooit iets heeft verkocht

Colofon

Fellowmind Magazine deelt inzichten, ervaringen en verhalen over de rol van technologie in organisaties. We laten zien hoe strategie, technologie en mensen samenkomen om duurzame vooruitgang mogelijk te maken.

Redactieraad

Fellowmind

Anoeska Sardjoe - *Marketing Campaigne manager*
Mariëlle van Hamburg - *Marketing Director*

Concept en realisatie

Sabel Communicatie

Rembrandtlaan 24,
3723 BJ Biltoven
info@sabelcommunicatie.nl
088 227 22 00

Tekstproductie

Bureau Verf
Marcommit
Martijn Vet
Risign

Drukwerk

Damen Drukkers

Fotografie

Barbara Trienen

Met dank aan alle Fellowmind collega's die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van dit magazine.

En verder

8 Werk je straks zij aan zij met AI-agents? 14 Klantverhaal Azelis 18 7 bepalende thema's in de maakindustrie 23 CFO Ellen Euverman over AI 26, 36, 52 In gesprek met Fellows 31 Zakelijk tekenen 32 De ultieme customer experience 38 Onze kernwaarden 40 5 cybersecurity basics die de meeste bedrijven nog missen 42 Klantverhaal VEBE 46 Van AI-experiment naar succesvolle use case 48 Onze Microsoft-specialisaties 49 Dag uit het leven van kantoorhond Baerke 54 Vrijtijdstips 55 Fellowmind Express





Samenwerking & vertrouwen

Martien Merks CEO Fellowmind Nederland

De afgelopen jaren is technologie steeds nadrukkelijker onderdeel geworden van hoe organisaties werken en groeien. Toch gaat het in gesprekken met onze klanten zelden over technologie alleen. Het gaat over grip houden, betere keuzes maken en ruimte creëren voor mensen om hun werk goed te doen. Dat is dan ook de rode draad van dit magazine.

AI speelt daarin een steeds grotere rol. Niet als toekomstbeeld, maar als iets dat vandaag al invloed heeft op hoe organisaties samenwerken, analyseren en beslissingen nemen. Tegelijkertijd merken we dat er wordt gezocht naar dezelfde balans: hoe zet je AI praktisch in, op een manier die veilig, begrijpelijk en vooral waardevol is voor je business?

Bij Fellowmind zien we AI niet als een los initiatief, maar als een logisch onderdeel van de digitale ontwikkeling van organisaties. We passen het toe in klantomgevingen én binnen onze eigen organisatie, van financiële processen tot kennisdeling en in de samenwerking tussen teams. Steeds met hetzelfde uitgangspunt: technologie moet mensen versterken, niet vervangen.

In dit magazine ontdek je hoe dat er in de praktijk uitziet. In het interview met Microsoft kijken we vooruit naar de rol van AI binnen het bedrijfsleven en wat organisaties vandaag al kunnen doen om voorbereid te zijn op morgen. De klantverhalen van Adezz en VEBE laten zien hoe een sterk digitaal fundament een organisatie helpt om groei, inzicht en samenwerking duurzaam te verbeteren en daarmee ook klaar te zijn voor de toekomst en de volgende stap met AI.

Wat mij daarin het meest aanspreekt, is dat echte innovatie zelden begint bij technologie. Het begint bij samenwerking en vertrouwen. Door dichter bij onze klanten te staan en samen te bouwen aan hun digitale reis, zien we hoe kleine, goed doordachte stappen uiteindelijk de meeste impact maken.

Dat is voor mij de kern van onze rol als partner: niet alleen implementeren, maar meedenken. Niet alleen vernieuwen, maar zorgen dat innovatie daadwerkelijk werkt in de dagelijkse praktijk. Ik hoop dat dit magazine je inspireert en nieuwe perspectieven biedt op hoe technologie, en AI in het bijzonder, kan bijdragen aan duurzame vooruitgang. ■



"Als **partner** laat Fellowmind **technologie** echt landen"

Waarom Fellowmind het verschil
maakt in een tijd van AI en disruptie



Bij Microsoft draait het allang niet meer om de belofte van AI, maar om wat het organisaties concreet oplevert. Bart van der Knaap, Vice President Channel EMEA bij Microsoft, ziet hoe Fellowmind die stap weet te maken. Met een heldere visie op AI, vertaald naar het Hive AI-programma, en met aantoonbare impact in de praktijk. Het was precies die combinatie die Fellowmind dit jaar de EMEA Channel Partner of the Year Award opleverde.

Het partnerkanaal als versneller van impact

“Het partnerkanaal is de ruggengraat van onze marktbenadering,” zegt Van der Knaap. “Het grootste deel van onze technologie bereikt klanten via partners. In zo’n breed ecosysteem kijken we niet naar één losse eigenschap. Partners die er écht uitspringen, onderscheiden zich op meerdere vlakken tegelijk.” Volgens Van der Knaap draait het daarbij om drie pijlers die onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn: proceskennis, innovatiekracht en adoptie.

Wat Microsoft verwacht van top-partners

Volgens Van der Knaap begint het onderscheid tussen partners bij het begrijpen van het businessproces. “Technologie voegt pas waarde toe als je begrijpt hoe een organisatie werkt, horizontaal en verticaal. Zeker bij AI gaat het niet om slimme tools op zichzelf, maar om de vraag waar in het proces je echt verbetering kunt realiseren.” ▶

Interview

Dat vraagt om meer dan technische kennis alleen. In een tijd waarin AI op sommige punten de spelregels herschrijft, verwacht Microsoft van partners dat zij kunnen meebewegen, zichzelf opnieuw durven uitvinden en klanten daarin actief begeleiden. "Niet door alles te beloven, maar door richting te geven en organisaties te helpen de juiste keuzes te maken." Uiteindelijk komt alles samen bij adoptie. "Het zijn mensen die met oplossingen werken. Als technologie niet wordt gebruikt, blijft de waarde theoretisch. Dan heb je misschien technisch iets moois gebouwd, maar verandert er in de praktijk weinig."

Juist in die samenhang zit volgens Van der Knaap het verschil: "Ik zie soms partners die sterk zijn in één of twee van deze elementen. De partners die écht het verschil maken, weten proceskennis, innovatie en adoptie met elkaar te verbinden."

Fellowmind heeft deze elementen onderdeel gemaakt van een integrale aanpak."

AI verschuift van experiment naar dagelijks werk

AI is inmiddels stevig geland op directieniveau.

"De vraag is niet meer óf AI relevant is, maar hoe organisaties ermee omgaan," zegt Van der Knaap.

"Een jaar geleden ging het vooral over pilots. Nu gaat het over AI als vast onderdeel van het werk."

Dat vraagt om duidelijke keuzes, goede data en heldere governance. "AI is zo goed als de data waarop het draait. Zonder structuur kom je niet verder."

Binnen Microsoft ligt de focus daarom steeds nadrukkelijker op AI-agents. "We kunnen agents bouwen die complete bedrijfsprocessen ondersteunen of zelfs aansturen. De echte waarde zit niet in losse agents, maar in hoe ze samenwerken."



Hij ziet dat dagelijks terug bij Microsoft zelf. "In sales, marketing en support werken agents samen. Eén agent vangt standaardvragen af, andere agents verzamelen context of bereiden vervolgstappen voor. Medewerkers krijgen daardoor ruimte voor complexere vraagstukken en de klanttevredenheid stijgt."

Dit sluit aan bij Microsofts visie op de Frontier Firm: human-led, AI-operated. "Organisaties blijven geleid door mensen. AI ondersteunt creatief, analytisch en relationeel werk. Niet als experiment aan de zijlijn, maar als integraal onderdeel van hoe organisaties functioneren."

Waarom Fellowmind het verschil maakt

De stap van losse AI-toepassingen naar agents die impact maken vraagt volgens Van der Knaap om partners die verder kijken dan technologie alleen. "Ik ben niet alleen op zoek naar partners die onze visie uitdragen," zegt hij. "Ik zoek partners die visie ook kracht bijzetten. Die beschikken over ability to execute. En die Human-led AI weten te vertalen naar iets dat werkt in de praktijk."

De vraag is niet meer óf **AI relevant is**, maar hoe organisaties ermee omgaan

Volgens Van der Knaap is dat precies waar Fellowmind een goed voorbeeld van is. "Fellowmind is een goede verbinder van technologie in een tijd van AI en disruptie, over de volle breedte van het Microsoft-portfolio. Ze beschikken over diepgaande technologische expertise, maar minstens zo belangrijk: ze zijn in staat om oplossingen daadwerkelijk te implementeren, projecten te realiseren én medewerkers daarin mee te nemen."



Dat ziet hij bijvoorbeeld terug in Fellowmind Hive AI. Fellowmind Hive AI is ontstaan vanuit de overtuiging dat agents niet op zichzelf staan. Ze moeten samenwerken binnen processen én worden ontwikkeld, begeleid en gemanaged alsof het digitale collega's zijn. Het zorgt er voor dat mensen AI niet eenmalig proberen, maar het blijvend gebruiken als onderdeel van hun dagelijkse werk. "Wat mij betreft sluit Hive AI naadloos aan op onze visie op human-led AI," zegt Van der Knaap. "

EMEA Channel Partner of the Year

De combinatie van proceskennis, innovatie, adoptie én execution power was voor Microsoft doorslaggevend om Fellowmind uit te roepen tot EMEA Channel Partner of the Year. Van der Knaap wijst daarbij ook op de brede set Microsoft-specialisaties en partnerstatussen van Fellowmind. "Dat zijn voor ons belangrijke kwaliteitsstempels. Ze laten zien dat een partner niet alleen kennis heeft, maar ook toegang tot programma's en investeringen waar klanten direct van profiteren."

Hij sluit af met een heldere conclusie:

"Visie is belangrijk. Maar het echte verschil zit in het vertalen van die visie naar de praktijk. Uiteindelijk telt of technologie bij klanten ook écht landt. ■



De **tweedeling** wordt **nu** gemaakt

Werk je straks zij aan zij met AI-agents, of stuur je ze aan?

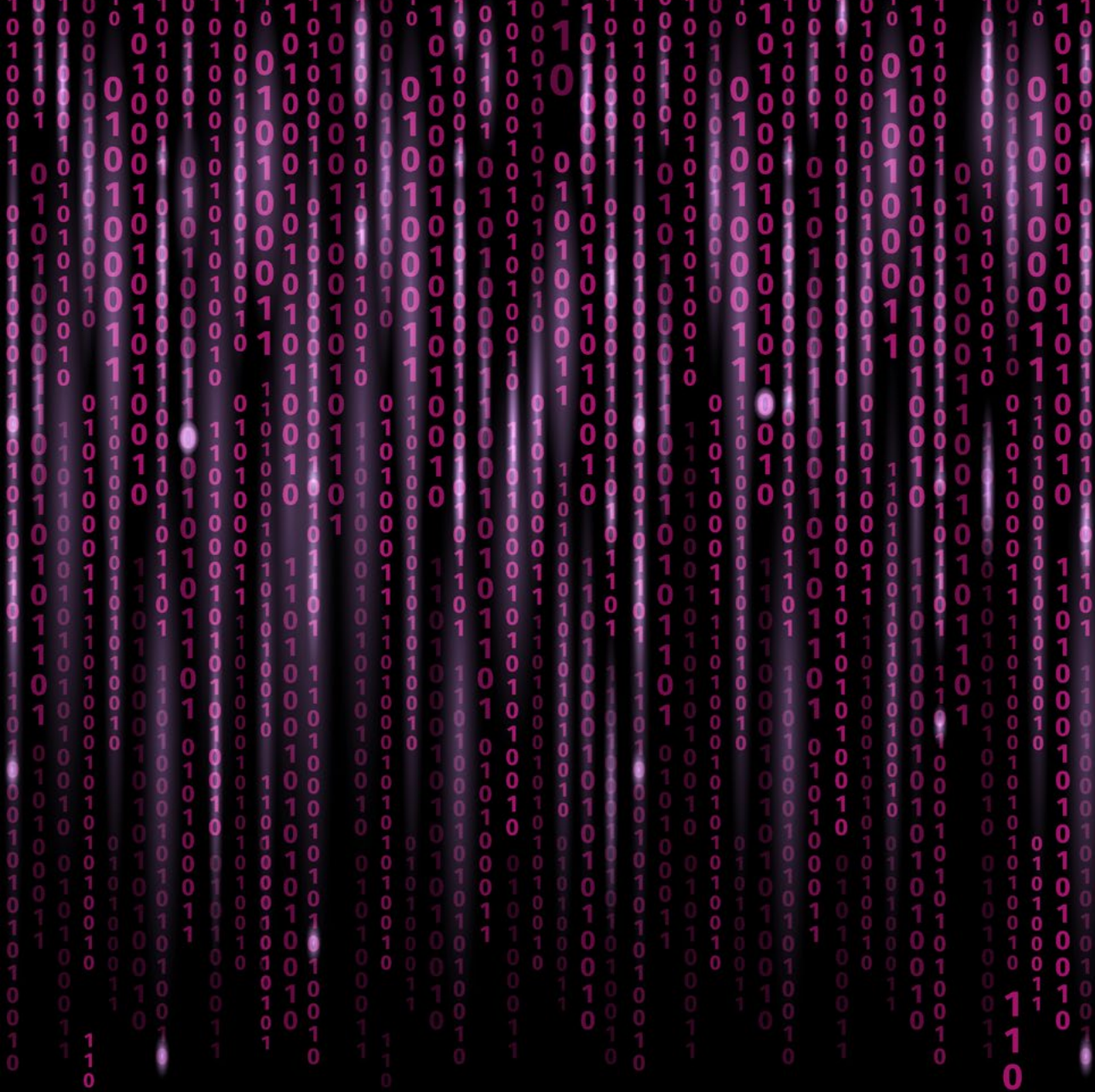
Vraag een trendwatcher om te voorspellen welke technologie de komende jaren (nog) belangrijker wordt, en je weet zeker dat het antwoord 'AI' is. De vraag is dan ook vooral *hoe* we AI gaan inzetten. En hoe je hier als bedrijf de vruchten van kunt plukken. Erwin Berends en Jeroen Stutterheim hebben daar een helder beeld bij.

De boodschap: bedrijven die nu het moment pakken om de fundering op orde te krijgen, kunnen de komende jaren de concurrentieslag winnen door exponentieel meer waarde te creëren met de hulp van AI. "We zullen een tweedeling zien ontstaan. Of je zit in de matrix en werkt zij aan zij met AI-agents, of je stuurt ze aan."

Tegenpolen en magneten

De twee zijn tegelijkertijd tegenpolen en magneten: als Chief Technology Officer kijkt Jeroen vooral (het liefst ver) vooruit naar ontwikkelingen in de markt. Erwin houdt zich als Chief Innovation Officer bezig met de implementatie van de nieuwste technologische ontwikkelingen bij klanten.

Erwin: "We hebben beide rollen bij Fellowmind nodig: iemand die jaren vooruit kan kijken en iemand die nadenkt over hoe we iets morgen bij klanten kunnen implementeren. Die twee dingen kun je eigenlijk niet in één rol onderbrengen. Vandaar dat wij heel nauw met elkaar samenwerken: Jeroen bezoekt regelmatig Microsoft-conferenties in Seattle, en daarna zitten wij samen om te bekijken hoe we al die aangekondigde features in de praktijk kunnen inzetten voor onze klanten. En dan vooral toegespitst op de sectoren waarin we gespecialiseerd zijn, zoals maakindustrie en financiële dienstverlening. Wat betekenen de nieuwste Microsoft-innovaties voor bedrijven in deze branches?" ►



Of je zit in de **matrix** en werkt
zij aan zij met **AI-agents**, of je
stuurt ze aan.

Trends & ontwikkelingen

Dé trend die Microsoft hoog op de agenda heeft staan: een groeiende rol van zelfstandig opererende AI-agents. Jeroen: "We gaan een nieuwe fase in van de samenwerking tussen mens en machine. AI-agents zijn eigenlijk een soort zelfstandig opererende collega's die complexe opdrachten voor je kunnen uitvoeren. Wat we steeds meer zullen gaan zien, is dat meerdere agents tegelijkertijd voor je aan het werk zijn en dus ook onderling met elkaar samenwerken. Wij mensen geven de opdrachten en houden toezicht. Dit betekent dat bedrijven hun manier van werken volledig moeten herzien; hoe processen worden ingericht en waar mensen de meeste waarde toevoegen. Je moet echt je blauwdruk van je organi-

satie opnieuw gaan tekenen; wat kunnen we overlaten aan AI-agents en wat niet?"

Drie bouwblokken voor een AI-bedrijfstransformatie

Tijdens de AI tour in Amsterdam zei Microsoft-CEO Satya Nadella dat organisaties die echt waarde halen uit AI, bouwen aan een succesvolle AI-adoptie niet begint bij technologie, maar bij een stevig fundament. Organisaties die echt waarde willen halen uit AI-agents, bouwen volgens hem aan drie samenhangende pijlers: security en governance, goed verbonden en toegankelijke data, en AI-agents die mensen ondersteunen in hun dagelijkse werk.



"Het begint met een solide fundament; een IT-infrastructuur die security en governance als startpunt heeft. En niet als iets wat je erbij doet," aldus Jeroen. "Zorg er dus voor dat data lokaal beschikbaar is, transparant wordt beheerd en voldoet aan Europese normen voor datasoevereiniteit en compliance. Dit is echt essentieel en iets waar bedrijven nu werk van moeten maken, want dat zorgt ervoor dat je agents veel sneller kunt ontwikkelen."

Boven op dit fundament is het belangrijk om data-uitwisseling mogelijk te maken: "Als je wilt dat agents zelfstandig kunnen opereren en beslissingen nemen op basis van real-time data,

dan moet je een strategisch datalandschap inrichten om deze agents te voeden."

Het derde bouwblok bestaat uit AI-agents die zelfstandig beslissingen nemen en samenwerken met collega's, zowel mens als machine: "Denk aan het automatisch samenstellen van offertes of het afhandelen van creditnota's. Er zijn veel processen die voor een belangrijk deel kunnen worden ondersteund door AI-agents."

Fundamentele verschuiving in user interfaces

Erwin: "Daarin zien we een fundamentele verschuiving in de manier waarop we met software omgaan. We zien steeds meer user interfaces ontstaan waarin we als mensen goedkeuring geven aan processen die door AI worden uitgevoerd. Je kunt straks tegen een AI-agent zeggen: we gaan vandaag de boekhouding afsluiten, en vervolgens gaat deze andere agents aansturen om samen te werken om dat te doen. Waarbij ze informatie halen uit ERP, CRM of Excel."

"Toezicht houden op AI wordt een steeds belangrijker taak," vult Jeroen aan. "De vraag die we onszelf nu moeten stellen is: waar voegen we als mensen de meeste waarde toe? Wil je over een paar jaar naast een AI zitten om toezicht te houden, of heb je de ambitie om de solide (bedrijfs-) architectuur in te richten en AI-agents aan het werk te zetten? We zullen een tweedeling zien ontstaan: of je zit in de *matrix* en werkt zij aan zij met AI-agents, of je ontwikkelt ze en stuurt ze aan."

Erwin: "We zijn natuurlijk al een paar jaar bezig met generatieve AI, maar nu merken we pas echt welke impact AI gaat hebben op bedrijfstransformaties. We verwachten dat die veel groter gaat zijn dan de transitie naar de cloud, die eigenlijk vooral technisch was. Door AI kun je jezelf compleet opnieuw uitvinden. Tenminste, met de juiste bouwblokken." ■



AI op de werkvloer

onderzoek naar de samenwerking tussen mens en AI in organisaties

Generatieve AI (ChatGPT, Copilot) rukt op. Niet alleen thuis, maar ook op de werkvloer. Het is belangrijk om de juiste balans te bewaren tussen mens en machine.

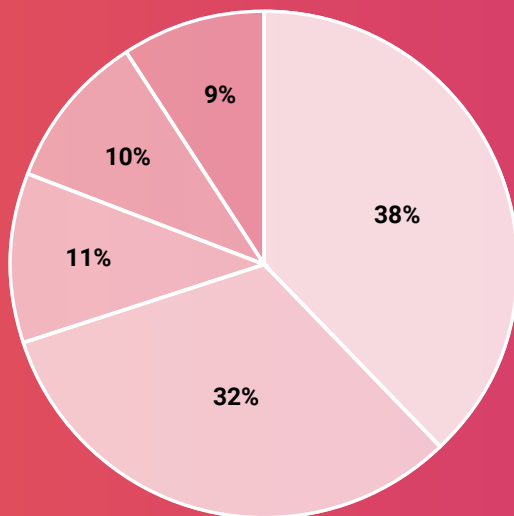
Zoals bij iedere technologische revolutie zijn mensen bang dat hun baan verdwijnt, dat hun eigen capaciteiten minder worden en dat het menselijke aspect naar de achtergrond verdwijnt.

Veel mensen zijn daarom nog huiverig in het gebruik van AI in hun werk en zien veel risico's.

Hoe ga je daar als werkgever mee om? Welke zorgen leven er? Zien we AI op de werkvloer als vriend of als vijand? Fellowmind stelde deze en andere vragen aan ruim 1100 Nederlanders die AI gebruiken in hun werk.



Benieuwd naar meer resultaten van het onderzoek? Vraag het gehele onderzoeksrapport op via onze website. AI op de werkvloer: vriend of vijand? | Onderzoek Fellowmind

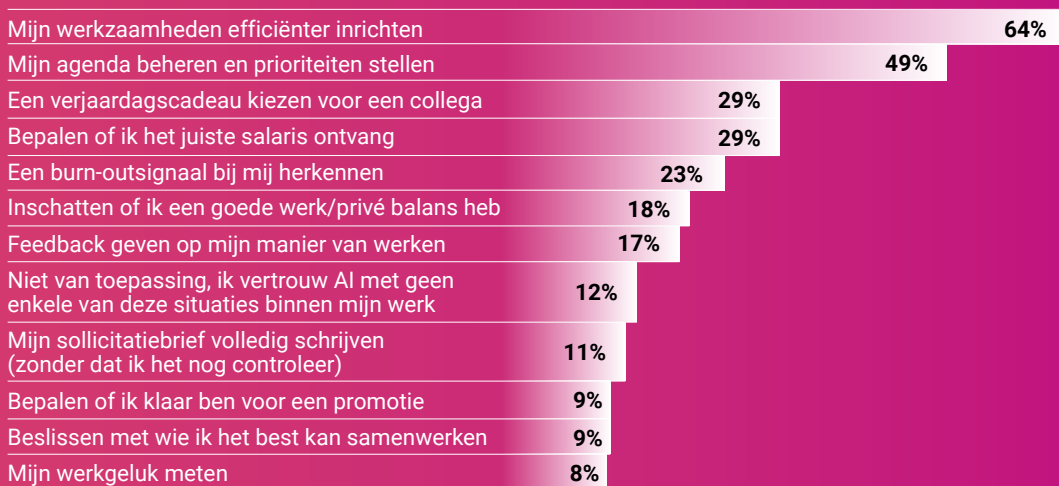


Hoe vaak maak je gebruik van AI op het werk?

- Nooit
- Minder dan de helft van mijn werkdagen
- Op al mijn werkdagen
- Meer dan de helft van mijn werkdagen
- Ongeveer de helft van mijn werkdagen

Inmiddels gebruikt meer dan de helft van de medewerkers AI op het werk, 38% geeft aan het nooit te gebruiken.

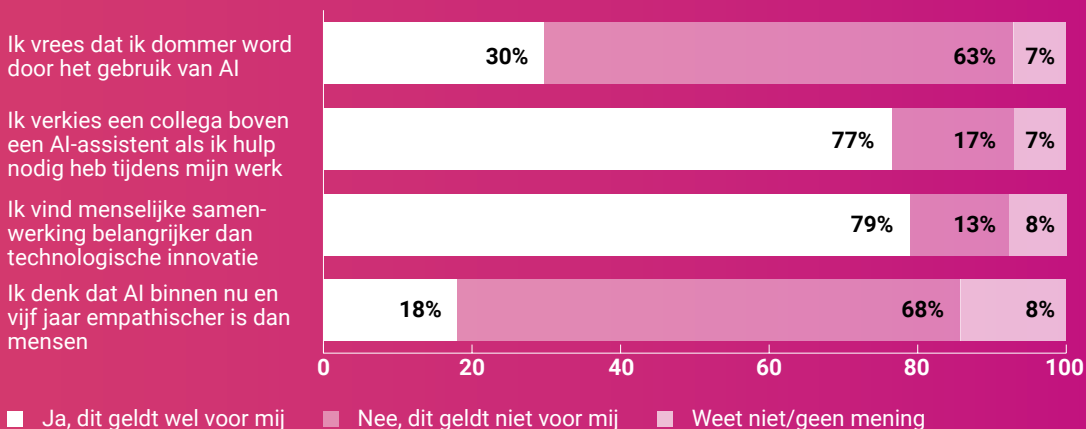
Met welke van onderstaande situaties binnen jouw werk zou je AI vertrouwen?



Medewerkers vertrouwen AI nog niet al hun werkzaamheden toe. Ze vertrouwen AI vooral bij het efficiënter inrichten van hun werkzaamheden, het beheren van hun agenda en prioriteiten stellen. Ongeveer de helft (49%) denkt dat AI dat kan.

Overigens verschilt het per baan of AI inzetbaar is om werkzaamheden te ondersteunen. AI leent zich vooral goed voor informatieverwerking. Monteurs die vooral met hun handen werken zullen waarschijnlijk minder snel gebruikmaken van AI.

Gelden onderstaande uitspraken over AI wel of niet voor jou?



Hoewel medewerkers AI al regelmatig gebruikt, mag het menselijk contact niet in de weg staan. 60% wil niet meer met AI werken als ze daardoor nauwelijks contact meer hebben met collega's. 79% vindt menselijk contact ook belangrijker dan

technologische innovatie en 77% kiest een collega boven een AI-assistent als ze hulp nodig hebben tijdens het werk. Daarmee is menselijk contact een harde randvoorwaarde bij AI-implementaties. ■

Azelis zet volgende stap in datagedreven duurzaamheid

Hoe geïntegreerde duurzaamheidsdata de basis legt voor strategische ketenimpact

Azelis wil duurzaamheid verankeren in de hele keten, van producent tot klant. Met Microsoft Sustainability Manager (MSM), het duurzaamheidsdataplatform van Microsoft, en de expertise van Fellowmind bouwt Azelis aan één dataplatform voor inzicht, sturing en rapportage. Geen IT-project, maar een strategische stap.

Azelis is wereldwijd innovatiedienstverlener in de sector van speciale chemicaliën en voedings-ingrediënten. Het bedrijf fungeert als strategische schakel tussen producenten enerzijds en klanten in uiteenlopende life sciences- en industriële markten anderzijds, waaronder de agrarische markt, farmaceutische toepassingen en persoonlijke verzorging. Deze bedrijven verwerken de ingrediënten en chemicaliën die Azelis distribueert tot eindproducten.

Proactief sturen op duurzaamheid

Deze centrale positie maakt Azelis tot een belangrijke verbinder en partij die invloed kan uitoefenen op verduurzaming in de keten. Die rol neemt Azelis heel serieus. Voortbouwend op het eerdere Action 2025-programma heeft Azelis zijn duurzaamheidsstrategie verder ontwikkeld onder

Impact 2030, met de ambitie om aantoonbare en blijvende impact te realiseren. “We willen een positieve bijdrage leveren aan de verduurzaming van onze leveranciers én onze klanten,” legt Michael Heite, Group Sustainability Director bij Azelis, uit. “Natuurlijk vanuit een compliance-oogpunt, maar het gaat om meer dan dat.”

Als een klant van Azelis duurzamer wil opereren, vraagt dat om inzicht in de eigen operatie en transparantie over wat er in de keten gebeurt. Daarin neemt Azelis het voortouw: het bedrijf is proactief transparant over de gedistribueerde producten en ondersteunt producenten en consumenten bij het naar de markt brengen van duurzame oplossingen. “Chemicaliën komen elk met hun eigen CO₂-footprint”, vertelt Michael. “Deze data verkrijgen we bij leveranciers en bren-



gen we in kaart. Daarmee zijn we in staat om klanten flexibiliteit te bieden en alternatieven aan te bieden voor producten die onder druk komen te staan door duurzaamheidsregelgeving en marktvraag. Dit houdt de leveringszekerheid op peil en geeft stabiliteit in de keten. Tegelijkertijd leidt efficiënter gebruik van grondstoffen en energie vaak tot lagere kosten. Door duurzaamheid in onze dagelijkse bedrijfsvoering te verankeren, zijn we op een verantwoorde manier waardevol in de keten, ook op lange termijn.”

Het probleem: geïsoleerde data

Deze duurzaamheidsambities brachten een uitdaging mee. Om echt impact te maken, is goede data nodig. Maar die data werd geregistreerd in een losstaand systeem, kwam uit verschillende bronnen en werd deels handmatig verwerkt.

Rapporteren was mogelijk, maar er was weinig ruimte om data echt te gebruiken in besluitvorming. “We zijn al sinds 2019 bezig met het verzamelen van duurzaamheidsdata”, vertelt Pieter De Wint, Global Sustainability Coordinator bij Azelis. “Dit verwerkten we in een extern rapportagesysteem. We hadden echter geen regie over de inrichting van dit systeem en de berekeningen die achter de schermen werden gedaan voor bijvoorbeeld onze emissies. Hiervoor waren we sterk afhankelijk van externe consultants.”

Maar het grootste knelpunt: de geïsoleerde positie van het systeem. “Om duurzaamheidsbeslissingen te nemen, heb je het volledige spectrum aan informatie nodig”, vult Michael aan. “De prijs van een product, hoe je opereert, de footprint en emissies die daarbij horen. Maar we moeten dit soort ►

data uit verschillende systemen samenvoegen om een geïnformeerde businessbeslissing te kunnen nemen. Dat kost tijd en vergroot de kans op fouten.” Daarom werd de keuze gemaakt om over te stappen naar MSM als toevoeging aan het bestaande Microsoft-landschap van Azelis. Het systeem dient als het systeem om duurzaamheidsdata te kunnen beheren en in te kunnen zetten voor strategische doeleinden in het hele bedrijf.

Meer dan alleen techniek

Dat Fellowmind deze overstap zou begeleiden, was niet alleen een technische keuze. Azelis zocht een partner met bewezen ervaring in MSM en met inhoudelijke kennis van duurzaamheid. “We zochten niet naar een partij die alleen de software implementeert,” zegt Jan Witvrouwen, vanuit Azelis verantwoordelijk voor de IT-kant van het project. “We hebben een partner nodig die werkt vanuit best practices en begrijpt hoe je deze vertaalt naar onze praktijk. Die combinatie brengt Fellowmind mee.”

Maar ook de manier van samenwerken speelde een grote rol. De implementatie liet zich vooraf niet volledig uittekenen. Pas tijdens het testen met gebruikers werd duidelijk waar processen moesten worden aangepast. “Dan heb je een partner nodig die kan meebewegen. Niet vasthouden aan het oorspronkelijke plan, maar samen bijsturen als de praktijk daarom vraagt.” Die pragmatische en agile aanpak van Fellowmind was voor Azelis een belangrijk argument om samen te gaan werken.

Gefaseerde aanpak voor een sterke database

De implementatie van MSM werd door Azelis en Fellowmind bewust gefaseerd aangepakt. “Voor de meeste bedrijven zijn ingekochte goederen of producten, in ons geval tienduizenden chemicaliën, de grootste bron van uitstoot die je inzichtelijk wilt maken”, vertelt Pieter.

“Maar voordat je dit kunt doen, moet je eerst je eigen emissies op orde hebben. Daarom kozen we ervoor om eerst onze basis goed neer te zetten in MSM.”

“Onze focus lag op het waarborgen van de kwaliteit van onze data en goede samenwerking met onze locaties wereldwijd”, vertelt Pieter. Iedere Azelis-locatie heeft eigen datapunten om over te rapporteren, zoals energieverbruik, uitstoot, water, afval en soms stroomopwekking. “In ons vorige systeem moest iedere locatie rapporteren over een vaste lijst datapunten. Dit verhoogde onnodig de hoeveelheid data om in te geven en te reviewen. Samen met Fellowmind hebben we dit in MSM anders ingericht en per locatie gespecificeerd. Zo rapporteren locaties alleen over wat voor hen van toepassing is. Dat verhoogt de datakwaliteit en verlaagt de werklast van onze teams.”



Dankzij de **samenwerking** met Fellowmind heeft Azelis nu **volledige controle**

Volledige regie over duurzaamheidsdata

Met de implementatie van MSM staat er nu een fundament om op voort te bouwen. De belangrijkste winst van de eerste fase? Duurzaamheidsdata is eenvoudiger te gebruiken voor strategische keuzes. De dashboards in MSM geven nu in een oogopslag antwoord op vragen over impact van werkprocessen en CO₂-reductie. “We werken nu met één waarheid. Daarmee komen we sneller tot beter onderbouwde beslissingen.”

Een grote voorwaarde hiervoor is dat je op data kunt vertrouwen. Dankzij de samenwerking met Fellowmind heeft Azelis nu volledige controle over hun duurzaamheidsdata. Het systeem rekent cijfers zoals stroom automatisch om naar CO₂-uitstoot



volgens de geldende regels van het GHG Protocol en houdt hierbij rekening met landspecifieke vereisten. “We krijgen onze data niet meer uit een black box, maar hebben zelf regie over hoe elk getal berekend wordt. Dat maakt het controleerbaar, ook voor de externe auditor”, aldus Pieter.

Met deze inrichting voegt Azelis duurzaamheidsdata nu bovendien makkelijker samen met andere bedrijfsdata. “Dat is het voordeel van MSM als onderdeel van het Microsoft-ecosysteem: we zijn nu in staat duurzaamheidsdata eenvoudiger te koppelen aan andere bedrijfsdata, van inkoop tot sales.” Een cruciale combinatie. “Duurzaamheid raakt alle aspecten van je business”, gaat Michael verder. “Beslissingen die duurzaamheid beïnvloeden worden overal in de organisatie gemaakt. Daarom is MSM voor ons zo’n goede fit: het maakt het mogelijk om duurzaamheid te verbinden aan andere systemen en dagelijkse processen bij Azelis. Daarmee zijn we klaar voor de volgende fase.”

Doorpakken van eigen footprint naar leveranciersdata

Nu het fundament staat, kan Azelis doorpakken. De focus: stabiele maandelijkse duurzaamheidsrapportages via MSM om te sturen op CO₂-doelstellingen in lijn met Azelis’ doelstellingen en het Akkoord van Parijs. Pieter: “We verwachten dit punt de komende maanden te bereiken en steeds meer connecties te bouwen met ons bestaande IT-landschap én de business.” De volgende stap in de samenwerking is al duidelijk: uitbreiding naar meer detailinformatie over scope 3 emissies en het daarmee faciliteren van businessbeslissingen op productniveau. “Ons doel is om leveranciersdata in MSM te integreren, samen met uitgebreidere analyses van onze producten en ESG-performance van onze leveranciers. Dat is de heilige graal die we de komende tijd naar het systeem willen brengen.” Deze volledige transparantie, van eigen footprint tot productdata en inzicht in de waardeketen, is hoe Azelis haar leidende rol als duurzame schakel in de chemische waardeketen waarmaakt. ■

7

bepalende thema's binnen de **maakindustrie**

Nick Spelthan en Chrit Verlinden beschikken samen over decennialange ervaring met de toepassing van bedrijfssoftware in de maakindustrie. Zij weten wat nodig is om Microsoft-implementaties te laten slagen en delen zeven bepalende thema's binnen de dagelijkse praktijk van de maakindustrie.



Nick Spelthan
Industrie expert



Chrit Verlinden
Business consultant

Bedrijfssoftware is nooit het antwoord als je niet weet wat de vraag is

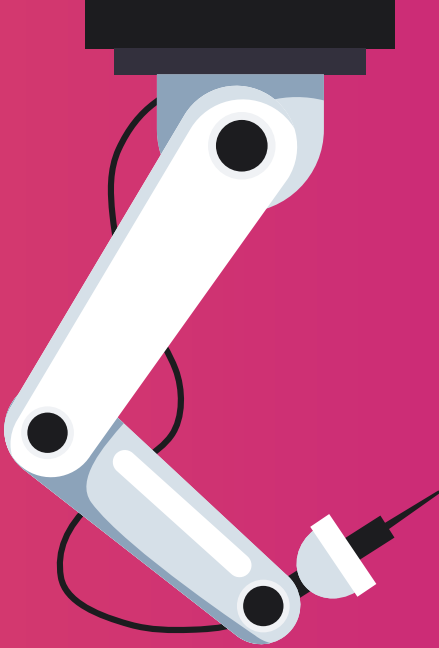
Nick: "Klanten vragen vaak of we hun ERP- of CRM-systeem kunnen vervangen. Dat kunnen we. Maar de keuze voor software is wat ons betreft de laatste stap in een groter proces. We vragen daarom altijd door om de vraag achter de vraag te ontdekken. Wat wil je bereiken op de lange termijn? Welke doelen streef je na? We zetten bewust een stap achteruit en kijken samen met de klant naar het grotere geheel: de organisatie, de processen en hoe alles samenkomt op de werkvloer. Pas dan kunnen we écht adviseren over de oplossing die het beste bij die organisatie past."

Begin niet bij software, begin bij waarde. Voor maakbedrijven verandert de wereld razendsnel. Wie technologie als startpunt neemt, loopt het risico vast te zitten in processen die door systemen worden gedictéerd. Bepaal eerst welke businesswaarde je wilt creëren. Dáár ligt het vertrekpunt. Pas daarna breng je technologie in lijn met die doelen, niet andersom."

Impact van cybersecurity wordt onderschat

Nick: "Productiestilstand is altijd al de grootste nachtmerrie geweest van maakbedrijven, daarin is de afgelopen decennia niks veranderd. Maar de gevolgen zijn tegenwoordig veel groter, want alle





machines in een fabriek zijn digitaal verbonden: IT en OT raakt steeds meer met elkaar verweven. We zien nu dat een productieproces wel zes of zeven dagen stil kan liggen als er een hack is.

We zien ook dat hackers steeds slimmer worden in hun methodes om binnen te dringen. Cyberdreigingen stoppen niet buiten kantooruren. Daarom is 24/7 monitoring essentieel om verdachte activiteiten direct te signaleren en te blokkeren. Met een centraal Security Operations Center kun je automatisch ingrijpen voordat schade ontstaat.”

Hoe kijken bedrijven hier strategisch naar?

Nick: “Veel bedrijven zagen dit als een moment om te wachten, maar dat kan een strategische misser zijn. Wat we steeds meer zien, is dat bedrijven ESG niet meer zien als een soort verplichting, maar als een kans om van duurzaamheid een *unique selling point* te maken.

Maakbedrijven realiseren zich dat je met circulariteit kosten kan besparen, maar dat het ook kan bijdragen aan de positionering van het bedrijf om zo nieuwe doelgroepen aan te spreken.”

Het productieproces tot in detail vastleggen in ERP geeft schijnzekerheid

Met de opmars van ERP, enkele decennia geleden, zijn veel maakbedrijven hun productieprocessen gedetailleerd gaan vastleggen in systemen.

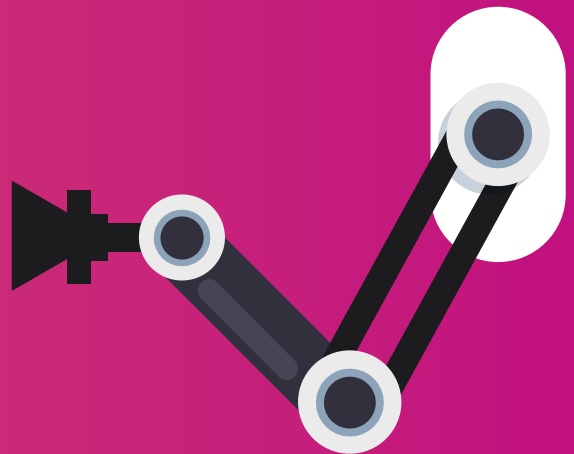
In de praktijk ziet Chrit vaak dat dit meer moeite kost dan dat het voordeel oplevert. “Je kunt elke bewerking door een fabriek tot in detail beschrijven en elke individuele handeling of stap administratief registreren, maar wat is daar het nut van?

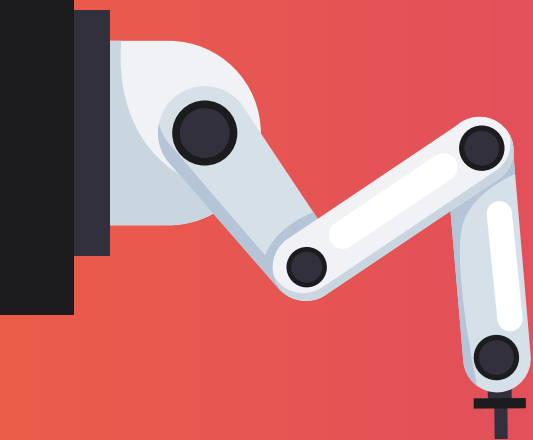
De meeste teams op de werkvloer weten heus wel wat ze moeten doen.”



ESG-compliance: waarom wachten geen optie is

Wet- en regelgeving op het gebied van ESG (Environmental, Social en Governance, de drie pijlers van duurzaamheid) veroorzaakt veel onduidelijkheid in de maakindustrie. Bedrijven moeten hun duurzaamheidsinspanningen rapporteren op basis van de CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) en de CSDDD (Corporate Sustainability Due Diligence Directive). Maar in april 2025 stemde het Europees Parlement in met uitstel.





Een beter alternatief, aldus Chrit: "Sluit aan op de Lean-methodologie met value stream mapping. Maak een team zelf verantwoordelijk voor de uitkomst. De manier waarop zij de uitkomst realiseren, laat je over aan hun zelfregelend vermogen, onder andere middels daily stand-ups. Kies bij het ontwerpen van ERP-productieroutingen voor een hoger aggregatieniveau en voorkom onnodig micromanagement." Dat werkt ook in de praktijk: "Recentelijk hebben we bij een klant het aantal routebewerkingen met factor drie teruggebracht, terwijl het proces qua planning en voortgang transparant bleef."

5 Modellen zijn snel achterhaald

Een andere vorm van schijnzekerheid waar Chrit zijn vraagtekens bij zet: "Maakbedrijven maken vaak gebruik van vaste 'if this, then that'-modellen die zijn vastgelegd in ERP-systemen. Als een artikel binnenkomt, moet het op die plek in het magazijn worden gezet. In de praktijk zien we dat dit soort modellen vaak al achterhaald zijn zodra ze zijn vastgelegd. Maakbedrijven opereren namelijk in een dynamische en complexe omgeving. Medewerkers op de werkvloer zijn vaak veel beter in staat om bepaalde logistieke beslissingen te nemen, omdat zij veel kennis en ervaring hebben die zich lastig laat vangen in regels en modellen." De oplossing is dan ook niet méér modellen,

maar betere ondersteuning van medewerkers. Chrit: "Bij een fabrikant waar ik vaak kom, was de logistiek rondom het wegzetten van het eindproduct zó complex dat het onmogelijk was om dit volledig in ERP vast te leggen. Daarom hebben we ervoor gezorgd dat de medewerkers, die alle afhankelijkheden het beste begrijpen, altijd beschikken over de meest actuele informatie. Door hun ervaring te combineren met de actuele situatie en laatste stand van zaken, kunnen zij nu sneller en beter bepalen wat de juiste keuze is."

6 Multi-company ERP is nuttig, maar niet altijd

Chrit: "Door fusies en overnames werd multi-company ERP zo'n vijftien jaar geleden erg populair. ERP-systemen konden dat goed faciliteren. Er ontstonden zo 'bedrijven binnen bedrijven', elk met hun eigen P&L-administratie en verantwoordelijk voor hun eigen resultaat. Centrale afdelingen als inkoop, magazijnbeheer of IT konden shared services aanbieden. Dit soort multi-company-constructies groeide vaak uit tot een administratief gedrocht. Zeker bij groepcompany-constructies met meerdere onderliggende bv's met eigen P&L binnen één fiscale eenheid en land.

Inmiddels hebben ERP-systemen een ontwikkeling doorgemaakt voor een slimmere manier van samenwerken binnen een complexe organisatie. In Microsoft Dynamics 365 is het veel eenvoudiger geworden om meerdere entiteiten aan te maken en financiële dwarsdoorsnedes te maken. Als twee fabriekshallen gebruikmaken van dezelfde voorraad, kun je gemakkelijk bijhouden wie welke materialen heeft gebruikt en wanneer. Daarmee voorkom je dat je multi-company-constructies hoeft te gebruiken met alle administratieve rompslomp die daarbij komt kijken, vanwege intercompany-inkoop- en verkooporders."

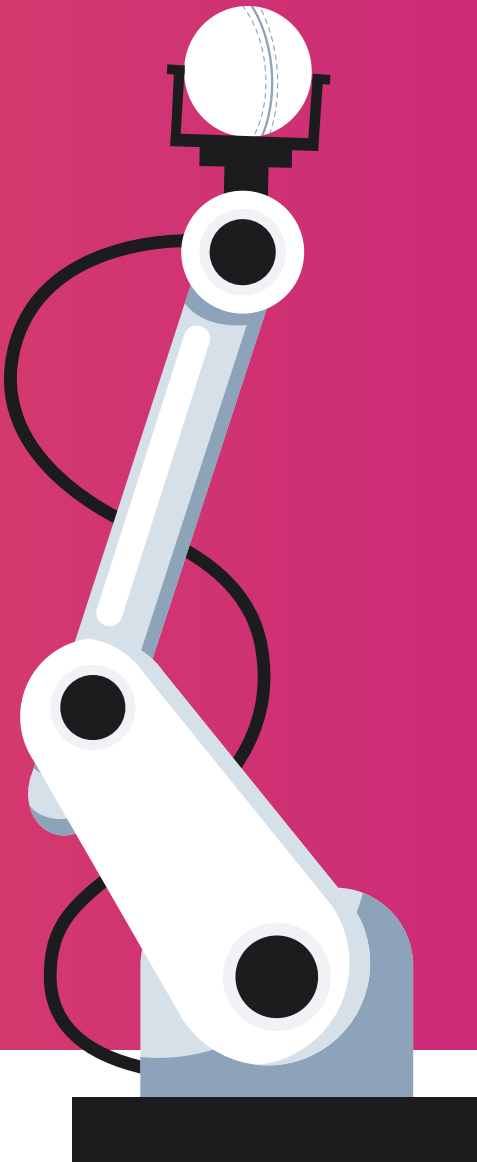
AI begint bij de business, niet bij technologie

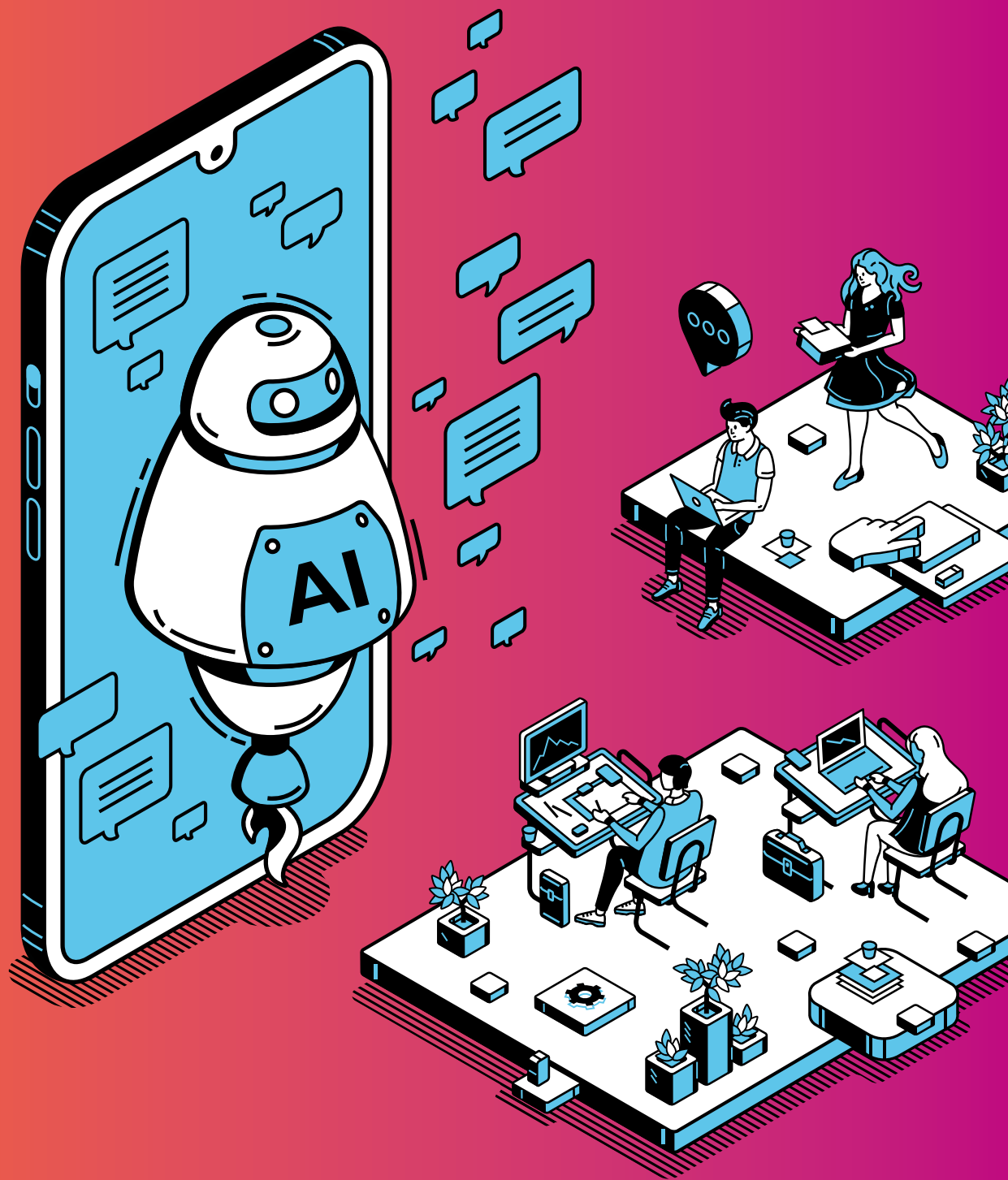
Nick: "AI staat momenteel volop in de belangstelling, maar de praktijk is weerbarstiger dan de hype doet vermoeden. Om er daadwerkelijk waarde uit te halen, is een bepaald niveau van digitalisering nodig. Dat betekent niet dat alles in de cloud moet draaien. Ook in hybride omgevingen, waar on-premise en cloudapplicaties naast elkaar bestaan, zijn AI-toepassingen goed mogelijk. De doorslaggevende factor is of

data betrouwbaar, veilig en gestructureerd beschikbaar is. Veel maakbedrijven moeten daar nog stappen in zetten: data is versnipperd, systemen zijn beperkt geïntegreerd en een centrale data-architectuur ontbreekt vaak. Pas wanneer die basis op orde is, wordt het zinvol om AI breder in te zetten. Dan komen concrete toepassingen binnen bereik, zoals predictive en zelfs preventive maintenance, waarbij sensoren en algoritmes helpen om machine-uitval te voorspellen of zelfs te voorkomen, en AI medewerkers daadwerkelijk ondersteunt in hun dagelijkse werk.

Wat werkt nu echt in de praktijk? Op basis van onze ervaringen in de maakindustrie zien we dat deze drie succesfactoren het verschil maken voor succesvolle AI-toepassingen:

1. **Maak er geen IT feest van, de business is leidend:** AI begint bij een concreet operationeel probleem, niet bij technologie. De business bepaalt waar waarde te behalen is zoals minder stilstand, betere planning, hogere leverbetrouwbaarheid en het beheersen van operationele risico's terwijl IT faciliteert. AI is daarmee een middel om processen voorspelbaarder te maken en beter in control te komen, geen doel op zich.
2. **Zorg dat data en processen op orde zijn:** AI versterkt wat er al is: het goede én het slechte. Zonder betrouwbare data en stabiele processen levert AI vooral ruis op, bijvoorbeeld door onduidelijke of verouderde operationele data. Digitalisering is daarom geen stap ná AI, maar een noodzakelijke basis ervoor.
3. **Integreer AI in het dagelijks werk van mensen:** AI creëert pas waarde wanneer het medewerkers ondersteunt in hun dagelijkse beslissingen. Door AI te integreren in bestaande werkwijzen via signalen, aanbevelingen of inzichten, ontstaat vertrouwen en gebruik. Zo wordt AI een praktische assistent in plaats van een black box. ■



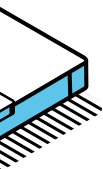




AI-pionier

met enthousiasme en gezond verstand

Met een uitgebreide finance-achtergrond is Ellen Euverman sinds januari 2023 CFO van Fellowmind Nederland. Daarnaast is ze verantwoordelijk voor interne IT, inkoop en de legal-afdeling van de strategische businesspartner. “Het is mooi om vanuit een breed perspectief over IT-vraagstukken na te denken. Bijvoorbeeld AI. Hoe zet je dat verantwoord in? En welke rol pak je daarbij als CFO?”



Het AI-dilemma

“AI is in onze organisatie een gouden kans om meer efficiëntie te behalen, kwaliteit van processen te verbeteren en dingen simpelweg slimmer en effectiever te doen. Tegelijkertijd zie ik ook het ethische vraagstuk. Er zitten best veel risico's aan het gebruik van AI. Denk aan data die op straat belandt of dat we te afhankelijk worden van AI.

Ik denk dat we in de huidige wereld niet meer om AI heen kunnen. Maar hoe zorg je er als

samenleving voor dat je er veilig en verantwoordelijk gebruik van maakt? Dat is de uitdaging waar we nu in de maatschappij voor staan.”

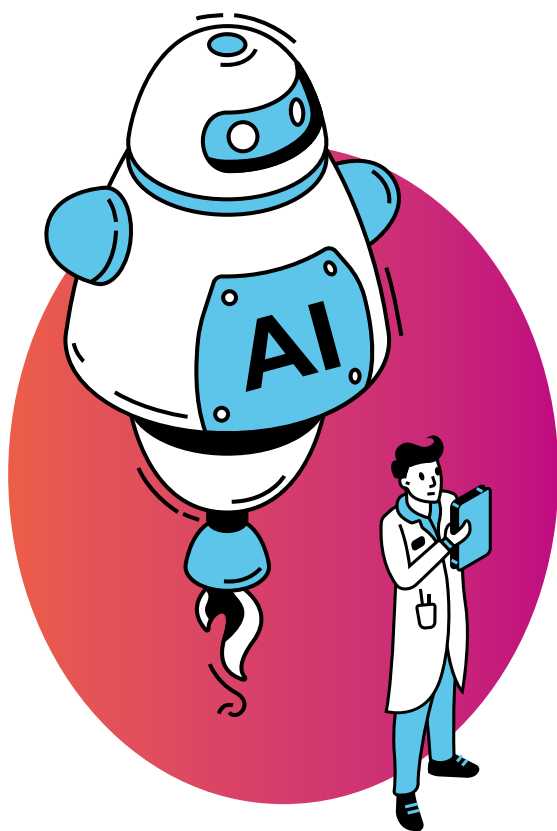
AI in de praktijk

“Microsoft beschrijft mooi hoe organisaties zich ontwikkelen in drie fasen van AI-volwassenheid: eerst als hulpmiddel van de mens, daarna als digitale collega's (AI agents) en uiteindelijk als volledig AI-team onder menselijk toezicht. ▶

Vanuit de praktijk

Binnen Fellowmind hebben we het hier veel over. Hoe willen we AI inzetten binnen onze organisatie, en waar staan we nu? In finance zijn we gestart in fase één met pilots rond Copilot. Denk aan het automatisch genereren van e-mails voor debiteurenbeheer, waarbij factuurdata uit ons ERP via Outlook slim wordt geïntegreerd. Ook zetten we Copilot in voor financiële afstemming: specificaties zoals reiskosten worden automatisch gematcht met declaraties.

Inmiddels zetten we samen met internationale finance-collega's de stap naar fase twee. In het kader van ons Customer Zero-programma testen we nu AI-agents in de praktijk, zoals een invoice processing agent en een HR-policy agent. Zo bouwen we stap voor stap verder aan slimme, mens-gerichte processen waarin AI en collega's naadloos samenwerken."



Eerst zien, dan geloven

"Toch blijft het, ook in onze financiële organisatie, een uitdaging om iedereen enthousiast te maken voor AI. Collega's denken soms dat het makkelijker is om financiële data zelf nog te vergelijken. Dat is niet per se negatief. Het is een natuurlijke neiging die wellicht te maken heeft met de gevoelige gegevens waar we mee werken. Hoewel we natuurlijk getest hebben of een tool als Copilot goed met onze data omgaat.

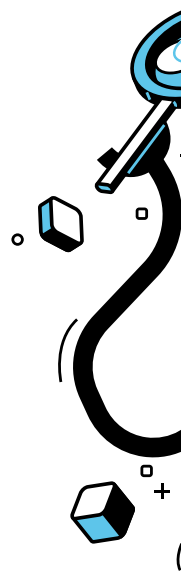
Ik denk dat de terughoudendheid ook te maken heeft met de nieuwigheid van AI. Het is voor ons brein ontastbaar. Er zijn nog weinig use cases en we kunnen het nergens mee vergelijken. Het gevolg is dat je sneller angstiger of in ieder geval terughoudender wordt om AI te gebruiken.

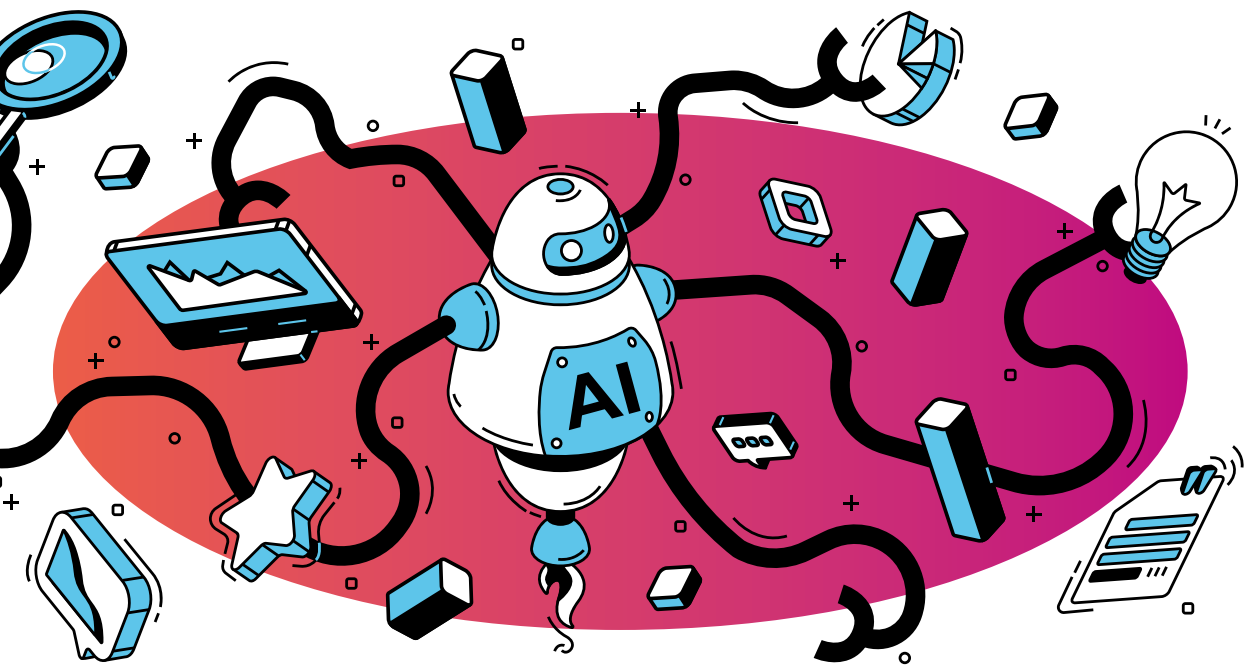
AI merk ik ook enthousiasme. Dat hoort ook bij onze organisatie: we zijn gewend om met nieuwe technologie te werken. En eerlijk gezegd móeten we AI wel omarmen. Als Microsoftpartner, maar ook om competitief te blijven in de markt. AI speelt een belangrijke rol in het slimmer inzetten van onze middelen. Doen wij dit niet en anderen wel? Dan blijven we achter op onze concurrentie. Ik ben ervan overtuigd dat het AI ons efficiënter maakt. Dat betekent dat ik een actieve rol moet pakken om collega's mee te nemen op de AI-reis en hoe je de technologie inzet in je dagelijkse werk."

De CFO als change agent

"Ik ben binnen Fellowmind een change agent. Ik vind AI heel interessant en probeer bij te blijven met alle ontwikkelingen. Ik wil dit enthousiasme uitstralen en collega's aan het denken zetten over hoe ze AI verantwoord inzetten.

Ik vind het vanuit mijn legal-rol ook aan mij om te zorgen dat we voldoen aan wet- en regelgeving rondom AI. Daarom hebben we een AI-awarenes-





sprogramma opgezet. Ik zit er bovenop om dit goed van de grond te krijgen. Onverantwoord met AI aan de slag gaan is namelijk nog slechter dan het helemaal niet doen.

Maar helemaal dichttimmeren hoeft ook niet. Ik wil onze collega's de kans geven om te experimenteren met nieuwe technologie. Bijvoorbeeld in een pilotomgeving waarin we AI op een gecontroleerde manier kunnen uitproberen en eventuele fouten gelijk ontdekken. Dit is onze belangrijkste opdracht op dit moment: de balans vinden tussen innovatief zijn en AI op een verantwoorde manier inzetten."

Balans tussen innovatie en veiligheid

"Om die balans te vinden moet de basis op orde zijn: security en infrastructuur, dat moet heel goed geregeld zijn. We hebben experts in huis die dit intern en bij klanten waarborgen. Wij moeten AI verantwoord implementeren bij klanten en hen goed bedienen op AI-gebied. Dat is onze verantwoordelijkheid en daar hebben we alle collega's voor nodig. Het is teamwork, van infrastructuur en security tot implementatie. Daarom hebben we intern per expertisegedebied een 'AI Champion' aangewezen: iemand die de inzet van AI aanjaagt in zijn of haar team.

Het is belangrijk om goed na te denken over waar we onze tijd in investeren. Wat is laaghangend fruit op AI-gebied? We kunnen eindeloos intern experimenteren, maar het moet ook leiden tot iets wat voor de klant waardevol is. Daar moeten we prioriteit aan geven en sturend in zijn als MT-team. Wat doen we precies? Hoe bruikbaar is het? En hoe lang duurt het om het naar de markt te brengen? Daar moeten we de juiste keuzes in maken."

Geen keuze meer

"De toekomst van AI binnen organisaties is lastig te voorspellen. Ik vermoed dat we snel resultaten zien als we AI agents gaan gebruiken. Dat geeft de AI-volwassenheid van bedrijven een enorme boost en kan onze werkwijze snel veranderen. Ik denk wel dat het maatschappelijke dilemma over ethiek blijft.

Mijn advies aan bedrijven is: denk bij alles wat je doet na of AI je kan helpen. En blijf oefenen. Want wat je niet kent, blijft ver van je afstaan. Hoe vaker je ermee werkt, hoe normaler AI wordt. Dat maakt de volgende stap kleiner en dan kun je die change agent worden die andere mensen aansteekt met enthousiasme. De mogelijkheden van AI zijn te groot om te laten liggen." ■

Ruud Scheepens

AI-agents als collega?

Het gebeurt al

Ruud Scheepens vertaalt technologie naar oplossingen die echt helpen in het dagelijks werk van klanten. Met zichtbaar plezier vertelt hij over AI-agents, Hive AI en samenwerken met digitale collega's. "Het is zó gaaf wat er nu al kan."

Ruud is Business Consultant. Dat betekent dat hij met organisaties om tafel zit vóórdat duidelijk is welke richting een verandering op gaat. Hij stelt vragen, prikkelt en vertaalt technologie naar dagelijkse praktijk. "Ik heb een grote rugzak waar Microsoft op staat, maar voordat ik daar tools uithaal, wil ik er eerst achter komen wat de organisatie echt nodig heeft." Wat dat ook precies is, in bijna alle oplossingen speelt AI een rol.

De belofte van AI

Ruud ziet dagelijks hoe AI werk leuker maakt. "AI zorgt dat mensen veel minder handmatig werk hoeven te doen en meer aandacht kunnen

besteden aan taken die inspirerender zijn en waarmee ze echt tot hun recht komen en waarde toevoegen. Bijvoorbeeld onderhandelen met klanten of een goed gesprek voeren als iemand een ingewikkelde vraag of klacht heeft."

Het AI Champions-programma

Fellowmind Nederland startte anderhalf jaar geleden al het AI Champions-programma. Enthousiaste collega's met uiteenlopende specialisaties, werken hierin samen om klanten van de oplossingen te voorzien die ze nu en in de toekomst nodig hebben. Helemaal gericht op AI en agents.



Ook met
kleine stappen
zie je al snel
resultaat

Agents als collega

Agents worden vaak genoemd als nieuwe AI-trend. En terecht, vindt Ruud. "Het is ontzettend gaaf om te zien hoe agents een organisatie nu al vooruithelpen." Zo'n agent gaat verder dan generatieve AI. Hij voert autonoom taken uit. "Denk het oppakken van inkoopprocessen: reminders sturen, bevestigingen verwerken en afwijkingen terugleggen bij de inkoper."

Hive AI: samenwerkende agents

En dan komt de volgende stap: meerdere agents die samenwerken. Bijvoorbeeld een agent die een order of inkoopbevestiging verwerkt, en een tweede agent die controleert of die past binnen afspraken over prijs, levertijd of volumes. Alleen als er iets afwijkt, wordt de medewerker betrokken. Voor die orkestratie gebruikt Fellowmind Hive AI. Naast de technologie is dit ook een aanpak om klanten mee te nemen. Inclusief aandacht voor governance en security waar dat nodig is.

Concrete waarde op de werkvloer

Ruud adviseert organisaties om groot te denken en klein te beginnen. "Ook met kleine stappen zie je al snel resultaat en dat motiveert enorm. Denk aan mailboxen die automatisch orders herkennen en verwerken in het ERP-systeem."

Cultuur bij Fellowmind

Bij Fellowmind krijgt hij volop de ruimte om de AI-expertise uit te bouwen. "Het AI Champions-programma leek me leuk. Ik stak mijn hand op en voordat ik het wist, zat ik er midden in. Er wordt tijd, budget en aandacht vrijgemaakt, ook om te experimenteren. Dat zegt veel over de cultuur bij Fellowmind. Ik word er alleen maar enthousiaster van," zegt Ruud. "Zeker als collega's met nieuwe ideeën komen. Dan weet je: dit is nog maar het begin." ■

Sterkere klantrelaties en slimmer internationaal groeien dankzij AI

ADEZZ kiest voor Fellowmind en een toekomstbestendig IT-platform

De ambities van ADEZZ liegen er niet om. De Brabantse producent van tuin- en landschapsproducten wil internationaal groeien en richt zich daarbij op meer efficiëntie, schaalbaarheid en klantgerichtheid.

Om dit te realiseren is een stevige digitale basis nodig. Een fundament dat niet alleen de dagelijkse operatie ondersteunt, maar ook zorgt voor grip en inzicht en ruimte biedt voor moderne technologieën zoals AI.





Daarom koos ADEZZ voor Fellowmind als IT-businesspartner. Samen bouwen we aan een toekomstbestendig platform, met als eerste stap de implementatie van Microsoft Dynamics 365 Customer Service (voorheen Contact Center).

De uitdaging: grip houden in een snel-groeïende, internationale organisatie

ADEZZ ontwikkelt en produceert hoogwaardige producten van onder andere staal, hout, aluminium en bamboe. Vanuit Nederland en Polen levert het bedrijf aan klanten in zes Europese landen. De snelle groei, fusie met een productiepartner in Polen, én het opzetten van internationale verkoopkantoren zorgden voor nieuwe complexiteit. Rob Geene, mede-eigenaar ADEZZ: "We zijn de afgelopen jaren flink gegroeid. Daardoor liepen we tegen de grenzen van onze bestaande IT-landschap aan. We hadden behoefte aan meer overzicht, slimmere processen en betere samenwerking over landsgrenzen heen." Een volwassen IT-platform was nodig om die groei te blijven ondersteunen. Én om klanten beter te kunnen bedienen.

De oplossing: één platform voor klant-contact, sales en straks ook operations

Samen met Fellowmind startte ADEZZ de transformatie naar een schaalbaar, verbonden IT-landschap. De eerste stap: de implementatie van Dynamics 365 Customer Service. "We wilden een systeem waarin zowel support als sales samenwerken en dat klaar is voor verdere integratie met ERP. Microsoft Dynamics 365 bood daarin alles wat we zochten", aldus Geene. De keuze voor Microsoft was strategisch. Het biedt ADEZZ de mogelijkheid om straks alle processen, van klantcontact tot warehouse management, op één platform samen te brengen.

AI als extra versneller

Met de inzet van AI neemt ADEZZ direct voorsprong. Zo maakt het salesteam nu gebruik van AI-gestuurde transcripties, meertalige ►

Klantverhaal

ondersteuning en templates voor uniforme klantcommunicatie. "Vroeger konden we op dagen zonder Poolse collega's letterlijk geen contact hebben met klanten in Polen. Nu vertaalt AI gesprekken realtime. En dankzij automatische transcripties hebben we beter zicht op wat er speelt in klantgesprekken," zegt Geene. "Dat leidt niet alleen tot betere service, maar ook tot rust en overzicht voor de medewerkers."

Meer structuur, meer inzicht

De transformatie heeft direct impact. Waar salesgesprekken eerder vaak op individuele manier werden vastgelegd, werkt het team nu met een vast stramien voor opvolging, offertes en klantcontact. "Het is mooi om te zien dat juist de

creatieve collega's nu ook structuur ervaren.

Dat geeft hen rust en ons als directie veel meer inzicht in klantgedrag, offertes en serviceverzoeken," aldus Geene.

Samenwerking met Fellowmind

ADEZZ koos bewust voor Fellowmind, op aanbeveling van andere ondernemers in de maakindustrie. Geene: "De klik met het team was meteen goed. Ze denken pragmatisch, maar brengen ook de strategische kennis die we nodig hebben om ons IT-landschap toekomstbestendig te maken." Marc van Hout, Commercieel Directeur bij Fellowmind: "ADEZZ is een mooi voorbeeld van een maakbedrijf dat slim wil opschalen met behulp van technologie. We zien dat AI en geïntegreerde platformen juist in deze sector het verschil maken."

Volgende stap:

ERP, integratie en voorspelbaarheid

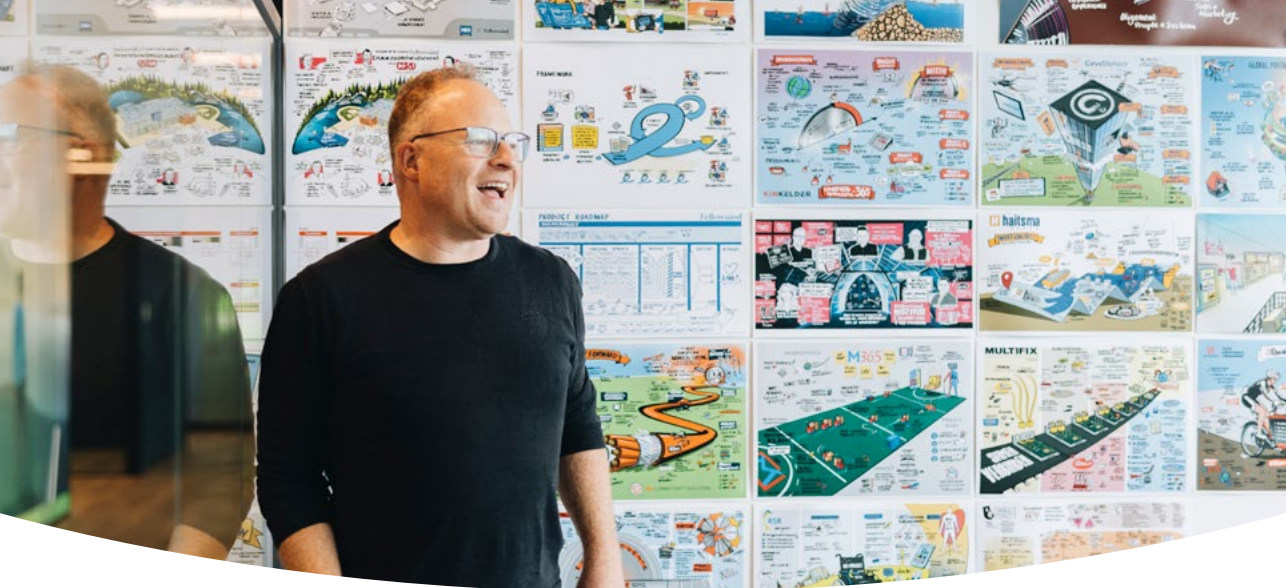
In 2026 en 2027 staat de implementatie van een nieuw Microsoft ERP-systeem gepland. Daarmee gaat ADEZZ nog een stap verder richting geïntegreerde processen, betere planning en meer grip op de supply chain. "We willen één centrale waarheid. Eén platform waarop alle processen samenkomen. Dan kunnen we nog beter voorspellen, plannen en opschalen," zegt Geene.

AI agents in de maakindustrie: kans of chaos?

Van Hout benadrukt het belang van structuur bij de inzet van AI agents: "Veel maakbedrijven experimenteren met AI agents. Goed idee, mits je deze digitale collega's ook een plek geeft in de organisatie. Zonder structuur veroorzaken ze juist chaos." Daarom ontwikkelde Fellowmind het Hive AI-platform, waarmee bedrijven AI agents op een gecontroleerde manier kunnen inzetten en samenwerken met menselijke collega's.

"Zelfs bedrijven die er nu nog niet aan toe zijn, raad ik aan om zich alvast te verdiepen. AI agents zijn here to stay, net als internet ooit was," aldus Van Hout. ■





Tekenen

om vaart te maken

In strategiesessies wordt veel gezegd, maar lang niet alles begrepen. Beeld helpt. Ons brein verwerkt het razendsnel en juist daarom schuift Ralph Walter aan bij klanten van Fellowmind.

Als Visual Catalyst helpt hij om strategische gesprekken overzichtelijk te maken en in de hele organisatie te laten landen.

Hulp bij de strategie

Fellowmind ondersteunt organisaties als strategisch IT-businesspartner. Dat begint bij samen vooruitkijken. Ralph schuift daarom vaak al aan voordat het over technologie gaat. Samen met onze consultants en met de klant bouwt hij aan het verhaal achter de strategie. "Veel organisaties denken dat ze al heel ver zijn, maar het verhaal is vaak nog niet scherp. Plannen, cijfers en losse initiatieven moeten nog een samenhangend geheel vormen."

Ontwapenende vragen

Als niet-ICT'er in een IT-omgeving stelt Ralph vragen die helpen om de strategie te vertalen naar mensen en processen. Wat ziet een medewerker? Wat voelt hij of zij? En wat heeft hij of zij eraan?

Alles in één beeld

Tijdens sessies ontstaan bijna vanzelf metaforen. Een weg, een schip of iets uit het eigen werk. In één visueel komen medewerkerstevredenheid, cultuur, koers, risico's en opbrengst voor de klant samen. Zo ontstaat overzicht en draagvlak. "Mensen herkennen zichzelf en doen mee."

Serius werk, met plezier

Het effect is zichtbaar. Focus, energie en vaak even stilte. Deze manier van werken past bij Fellowmind. Mensen boven technologie, samen bouwen en serious about fun. "Als de strategie weer van iederee is, weet ik dat mijn werk geslaagd is." ■

Artificiële + emotionele intelligentie

= de ultieme customer experience

Een chatbot die je niet begrijpt. Of erger nog: eentje die je expres van een medewerker weghoudt.

We kennen het allemaal, en het is precies hoe je AI niet wilt inzetten in klantcontact. Gelukkig verandert dat snel. Dankzij generatieve AI worden grote stappen gezet om customer service te verbeteren.

Volgens Oscar Weijman en Jordy Lefebber zijn we het omslagpunt voorbij: generatieve AI maakt klantcontact niet afstandelijker, maar juist menselijker. De technologie levert context en snelheid. De mens zorgt voor empathie en verbinding. Samen vormen ze een krachtig duo. De mogelijkheden zijn enorm.

Van reactief naar proactief

“De grootste verandering in customer experience? We bewegen van reactief naar proactief,” zegt Jordy Lefebber, Business Line Lead CRM bij Fellowmind. Waar traditionele chatbots vooral reageerden op vragen, kunnen AI agents nu zelf initiatief nemen. Ze herkennen patronen, voorspellen klantbehoeften en signaleren kansen nog

vóór de klant zelf aan de bel trekt. “Door data slim te analyseren zie je aankomende problemen of juist nieuwe verkoopkansen.”

AI leert je klant beter kennen. Microsoft gebruikt bijvoorbeeld Research Agent om klantprofielen automatisch te verrijken. “Deze agent helpt je om klanten écht te begrijpen,” vertelt Oscar Weijman, Customer Experience expert bij Fellowmind. “De kracht zit in de combinatie van databronnen. Niet alleen uit Microsoft Dynamics 365, maar ook uit gebruiksdata (zoals dienstafname), openbare bronnen en sociale media. Door die bronnen optimaal te benutten, kun je klanten persoonlijker en relevanter benaderen, zonder dat je elke keer opnieuw informatie hoeft te vragen.” ▶



Trends & ontwikkelingen

Toch is het niet alleen technologie. “Je moet die inzichten ook op de juiste manier gebruiken,” benadrukt Jordy. “Mensen willen graag een persoonlijke ervaring, maar niemand zit te wachten op een ‘te slimme’ verkoper. Menselijk blijven in een data-gedreven wereld is de uitdaging, en transparantie en ethiek zijn daarbij essentieel. Welke data

Microsoft Dynamics 365 Sales Agents

Deze AI-agents binnen Microsoft Dynamics 365 ondersteunen sales en customer service met slimme automatisering en realtime inzichten.

- **Sales Qualification Agent** helpt verkopers om leads sneller te kwalificeren door relevante klantinformatie en scoringscriteria automatisch te analyseren.
- **Opportunity Research Agent** zoekt en verzamelt aanvullende gegevens over potentiële deals, zoals marktinformatie en concurrentie-inzichten.
- **Sales Research Agent** ondersteunt bij het voorbereiden van verkoopgesprekken door klantprofielen, trends en aanbevelingen te leveren.

Microsoft Dynamics 365 Customer Service Agents

- **Customer Intent Agent** begrijpt en voorspelt de intentie van klanten op basis van hun interacties, zodat cases sneller en accurater worden afgehandeld.
- **Case Management Agent** automatiseert case-routing en opvolging, waardoor servicemedewerkers zich kunnen richten op complexe vragen.
- **Customer Knowledge Management Agent** zoekt en deelt relevante kennisartikelen en oplossingen om klantvragen efficiënt op te lossen.

gebruik je? Hoe leg je dat uit aan je klant? Onderzoek wijst uit dat 80% van de klanten personalisatie verwacht, maar 70% vindt het ook spannend als bedrijven persoonlijke informatie inzetten.”

Weg met silo's

De opkomst van AI agents maakt korte metten met de muren tussen sales, marketing en klanten-service. “Hiervoor wist niemand echt wat een ander team deed,” zegt Oscar. “Marketing lanceert campagnes, sales focust op leads, service beantwoordt klantvragen en dat doen ze allemaal in hun eigen systemen, zonder zicht op het grotere geheel. Dat leidt tot frustratie. Stel: je vraagt als klant een offerte aan voor een warmtepomp, en een paar uur later krijg je een marketingmail die je precies datzelfde product aanprijst. Of erger: sales verkoopt een oplossing, bijvoorbeeld een warmtepomp of bouwmaterialen, zonder te weten dat de levering vertraagd is, waardoor de klant pas veel te laat wordt geïnformeerd.” Met Dynamics 365 Customer Engagement verandert dat. Sales ziet precies welke campagnes en interacties aan een lead voorafgingen. Marketing krijgt inzicht in servicevragen. En klantenservice weet wanneer iemand *nét* contact heeft gehad met sales. De volgende stap is om AI agents actief mee te laten denken over commerciële kansen. “In Copilot Studio kun je bijvoorbeeld een Cross Sell Insight Agent bouwen,” zegt Oscar. “Die agent koppelt data van verschillende afdelingen aan elkaar en levert sales waardevolle context. Zo worden gesprekken persoonlijker, relevanter én strategischer.”

Sneller inwerken én nieuwe markten aanboren

De voordelen van AI in klantcontact zijn duidelijk, maar toch verloopt de adoptie nog traag. “Veel organisaties hebben last van koudwatervrees,” zegt Jordy. “Dat komt deels door het beeld dat AI banen overneemt. In werkelijkheid versterkt AI het team juist omdat het repetitieve en administratieve taken overneemt.”



Maar vergeet niet: **de mens** blijft aan **het stuur**

Oscar: "In sommige sectoren duurt het inwerken van een nieuwe collega wel drie maanden. Het duurt even voordat iemand het hele productportfolio kent en voorbereid is op alle mogelijke vragen. Dankzij AI kun je die inwerktijd nu halveren." Ook voor scale-ups biedt dit enorme kansen. AI helpt om sneller nieuwe markten aan te boren. Met de juiste AI-ondersteuning wordt bijvoorbeeld internationale klantcommunicatie een stuk toegankelijker, ook zonder native speakers in je team.

De juiste vragen

Wat is het belangrijkste advies voor organisaties die

aan de slag willen met AI in customer experience? Oscar: "Begin bij de kern. Vraag je af: wat willen we bereiken? Hoe ziet het ideale proces eruit, welke stappen kunnen agents ondersteunen, en welke databronnen mogen we daarbij gebruiken? Best lastige vragen, maar die helpen je op weg."

Jordy: "Heb je dat goed ingericht, dan kun je echt impact gaan maken. Maar vergeet niet: de mens blijft aan het stuur. Want hoe slim je technologie ook is, empathie blijft je grootste concurrentievoordeel. De combinatie van slimme AI en menselijke empathie gaat klantcontact volledig veranderen." ■

Michèle Maduro

Change management is geen bijzaak, maar een **strategisch onderdeel** van elk project.

Nieuwe software, andere processen, slimmere technologie. Klinkt als vooruitgang, en dat is het ook. Maar dan moeten mensen die vernieuwing wel omarmen. Want zonder draagvlak verandert er in de praktijk weinig. Bij Fellowmind geloven we dat technologie pas werkt als die in dienst staat van de mens. Daarom maakt change management bij ons standaard deel uit van de aanpak.

Het begint bij de mens

"Veranderen is nooit alleen technisch," zegt Michèle Maduro, strategisch change manager bij Fellowmind. "Iedere verandering doet iets met mensen. Het raakt gewoontes, samenwerking, werkplezier. En dus is onze eerste vraag altijd: hoe staat het met het draagvlak?"

Of het nu gaat om een overstap naar Dynamics 365, de inzet van AI of het herinrichten van processen, rollen veranderen. Verwachtingen ook. Als je dat onderschat, krijg je te maken met stille weerstand, afhakers en frustratie op de

werkvloer. "Dan lijkt alles geregeld, maar loopt het in de praktijk vast," zegt Michèle.

Draagvlak is geen sluitpost

Daarom kijken we niet alleen naar de technologie, maar vooral naar wat er leeft. Waar schuurt het? En wat wordt níet hardop gezegd?

Dat betekent ook: ruimte geven voor vragen, zorgen en kritiek. Het zijn juist de informele gesprekken, aan de lunchtafel of in de wandelingen, die helpen om écht te begrijpen wat er speelt. "Het is belangrijk dat mensen zich veilig



Technologie werkt pas écht **als mensen** het omarmen

voelen om zich uit te spreken. Dat vraagt om oprechte betrokkenheid, geen eenrichtingsverkeer,” aldus Michèle.

Betrek de organisatie, vanaf het begin

Bij veranderingen spelen key users vaak een sleutelrol. Niet als doorgeefluik van besluiten, maar als schakel tussen project en praktijk. “Zij weten wat er op de werkvloer speelt,” zegt Michèle. “Maar dan moet je ze wel serieus nemen en ondersteunen. Deze ambassadeurs zijn geen zendelingen die de verandering moeten ‘verkoppen’. Ze zijn de brug tussen de verandering en de werkvloer. En dat werkt alleen als ze zich gehoord en gesteund voelen.”

Eén partner, één aanpak

Technologie, processen en mensen zijn in de praktijk niet los te zien. Daarom werkt Fellowmind met één team aan het geheel. Zonder ruis onderweg. “Dat maakt het makkelijker om bij te sturen,” zegt

Michèle. “En het zorgt ervoor dat verandering ook echt landt.”

Als het klopt, merk je het

Change management is bij ons geen apart traject, maar is verweven met alles wat we doen. Vanuit een simpele overtuiging: technologie heeft pas waarde als mensen ermee verder kunnen.

Daarom zetten we de mens altijd centraal, of dat nu jouw collega is of jouw klant. Want alleen als gebruikers, processen en technologie in balans zijn, levert verandering het gewenste resultaat op.

Als systemen werken, processen logisch zijn en mensen zich zeker voelen in hun rol, ontstaat er ruimte. Voor betere samenwerking. Voor groei. En voor verandering die blijft. ■

Onze Kernwaarden



Annemarie van Staveren

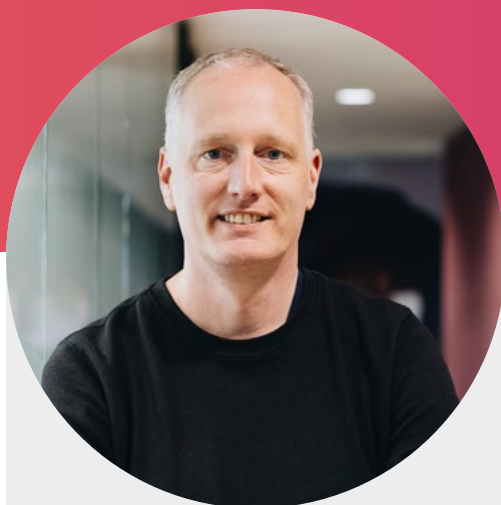
Kernwaarde: Act with courage

Je hard maken voor iets waarvan jij denkt dat het de wereld of het project beter maakt. Dat drijft en inspireert mij om trouw te blijven aan mijn waarden. Ook als dat niet altijd de makkelijkste weg is.



Act with courage:

Lef betekent je uitspreken en durven te innoveren. We zoeken en omarmen gedurfde ideeën, verwelkomen verschillende invalshoeken, bevragen de status quo en creëren ruimte om te verkennen en te experimenteren.



Jildert Bokma

Kernwaarde: Serious about fun

Van een teamuitje naar de Van Wijnen fabriek en een speedboot bij het Kijlstra project tot een extra ski-dag in Slowakije bij De Jong en elk excuus aangrijpen om in Groenlo op stap te gaan bij Veld. Pak die ruimte en geniet ervan!



Serious about fun:

Enthousiasme maakt werk leuker. We brengen energie en motivatie in alles wat we doen, en we krijgen dingen voor elkaar. Dat geeft ons ook veel kansen om te vieren.

Bij Fellowmind vormen kernwaarden de basis van hoe we werken, samenwerken en met elkaar omgaan. We vroegen collega's welke kernwaarde hen het meest aanspreekt en waarom.



Linda Gosens

Kernwaarde: *Always Personal*

Bij mij draait alles om persoonlijk contact. Door te luisteren en collega's goed te kennen, kan ik ze inzetten op plekken waar ze het beste tot hun recht komen. Werkplezier bereik je in mijn ogen alleen door volledig jezelf te zijn. Iets wat bij Fellowmind goed kan, mede door mijn collega's.



Always personal:

We geloven in echte verbindingen: luisteren, begrijpen en voortbouwen op onze unieke kwaliteiten om samen impact te creëren. Wat we ook doen: we pakken het vol overtuiging aan en nemen eigenaarschap.



Thomas van den Heuvel

Kernwaarde: *Better Together*

In mijn werk focus ik me op toeleveranciers in de zorg. Het voelt goed om op mijn manier iets bij te dragen aan een sector die zoveel mensen raakt. Een van de kernwaarden van Fellowmind is *Better Together*. Voor mij betekent dat: écht samenwerken, luisteren, begrijpen en samen zoeken naar wat beter kan. Individueel talent brengt je ver, maar duurzame resultaten behaal je alleen als je elkaars sterke punten benut en samen strategisch speelt.



Better together:

We combineren onze inzichten en ervaring om betere resultaten te behalen die echte waarde toevoegen. We geloven in de kracht van samen doen, zij aan zij.

5 Cybersecurity-basics

die de meeste bedrijven nog steeds missen

Van ransomware en datadiefstal tot DDoS-aanvallen. Cyberincidenten zijn aan de orde van de dag en treffen organisaties van elke omvang en sector. Maar wat nu als jouw bedrijf plots het doelwit is? Hoe goed ben je daarop voorbereid?

Snelle winst: awareness

Veel organisaties trainen hun medewerkers nog niet op security awareness. Terwijl juist die trainingen helpen om risico's te herkennen én actief te beperken. Neem phishing: in een goede training leren medewerkers hoe ze verdachte e-mails signaleren. Toch gebeurt het soms dat iemand alsnog op een link klikt. Daarom is het cruciaal dat medewerkers niet alleen herkennen wat verdacht is, maar dit ook direct melden bij IT en het bespreken in hun team. Zo voorkom je dat een schadelijke mail zich verder verspreidt binnen de organisatie.

Incident responsplan

100% veiligheid bestaat niet, ook niet in jouw IT-omgeving. Zelfs met de beste beveiligingsmaatregelen kan een aanvalder alsnog binnenkomen. De vraag is dan: ben je voorbereid? Een goed incidentresponseplan maakt het verschil. Het beschrijft wie welke stappen neemt zodra er iets misgaat. Geen paniek, geen improvisatie, maar gerichte actie. Toch zien we bij veel organisaties dat zo'n plan ontbreekt. Gaat het fout, dan heerst er chaos: niemand weet precies wat te doen. Daardoor winnen aanvallers tijd en neemt de schade onnodig toe.

Patch op basis van prioriteit

Kwetsbaarheden in software worden voortdurend ontdekt en vormen een directe ingang voor aanvallers. Het tijdig patchen van deze lekken is daarom cruciaal. Toch laten onze security-assessments zien dat veel organisaties moeite hebben met het opstellen én uitvoeren van een effectief patchbeleid.

Hierdoor blijven systemen onnodig kwetsbaar. Begin bij de basis: geef prioriteit aan systemen die publiekelijk toegankelijk zijn, zoals VPN-servers, webapplicaties en e-mailgateways. Deze vormen je eerste verdedigingslinie en moeten altijd up-to-date zijn om risico's te beperken.

Inventariseren

Veel organisaties hebben een onvolledig overzicht van de systemen en diensten die ze gebruiken. Alles in kaart brengen blijkt vaak een uitdaging. Tegelijkertijd gebruiken medewerkers op eigen initiatief software die niet is goedgekeurd door IT of het management. Dat noemen we Shadow IT. Een bekend voorbeeld is ChatGPT. Steeds meer medewerkers gebruiken dit soort AI-tools en delen, bewust of onbewust, bedrijfsgevoelige informatie, zonder dat de werkgever daarvan op de hoogte is. Het probleem: deze tools draaien in de cloud, buiten het zicht van IT. Bestaand beleid biedt zo vaak onvoldoende bescherming, omdat het vooral is ingericht op lokale applicaties en niet op cloudservices die gebruikers zelf activeren.

Netwerksegmentatie

Zodra aanvallers binnen zijn, bewegen ze zich lateraal door je netwerk. Als alle systemen zich op één netwerk bevinden, is die verplaatsing eenvoudig: zo lopen ze zonder moeite van de mailserver naar de financiële administratie.

Netwerksegmentatie doorbreekt dit patroon. Door het netwerk op te splitsen in afzonderlijke zones wordt de bewegingsvrijheid sterk beperkt. Hackers kunnen dan niet meer vanzelfsprekend van het ene systeem naar het andere. In de praktijk blijkt echter dat veel organisaties nog geen segmentatie toepassen. En zelfs wanneer dat wel gebeurt, ontbreken vaak strikte toegangsbeperkingen tussen de segmenten, waardoor het risico alsnog groot blijft.

Deze maatregelen vormen de basis van een robuuste cybersecurity-aanpak én vragen geen enorme budgetten of ingewikkelde trajecten. Veel ervan kun je, na een eenmalige investering, grotendeels automatiseren.

Met deze vijf stappen kun je dus vandaag nog aan de slag:

1. Start met awareness-trainingen

Zorg dat medewerkers digitale dreigingen herkennen én weten hoe ze moeten handelen.

2. Breng je digitale landschap in kaart

Inventariseer alle systemen en diensten binnen je organisatie. Wat je niet ziet, kun je ook niet beschermen.

3. Voer een strak patchbeleid

Houd systemen en software up-to-date om

kwetsbaarheden direct te verhelpen.

4. Segmenteer je netwerk

Beperk de impact van een aanval door kritieke onderdelen van elkaar te scheiden.

5. Ontwikkel én test een incident-responsplan

Weet wie wat doet als het misgaat. Regelmatig oefenen maakt het verschil tussen chaos en controle.

Klaar om je echte weerbaarheid te testen?

Vraag de Security Checklist aan.

Vink deze lijst af die verder gaat dan de standaard

antivirus en MFA.

Scan de QR-code voor meer informatie. ■



A full-page photograph of two men standing in a large industrial warehouse. The man on the left is wearing an orange high-visibility vest with 'VISION' written on it, grey trousers, and black boots. The man on the right is wearing a yellow high-visibility vest, blue jeans, and brown shoes. They are both wearing glasses. The background shows high industrial shelving filled with various materials.

Chrit Verlinden,

Business consultant
bij Fellowmind

René Bosman,

ICT Manager bij VEBE



VEBE bouwt aan een toekomst waarin **data het verschil maakt**

Van rapporteren achteraf naar realtime sturen —
en nu de stap naar AI.

Voor VEBE is digitale transformatie geen IT-project, maar een manier om slimmer te werken, sneller te beslissen en ruimte te creëren voor groei. Door data centraal te stellen in de organisatie ontstond niet alleen meer inzicht, maar ook meer vertrouwen en samenwerking. ►



Het internationale familiebedrijf uit Genemuiden, gespecialiseerd in textiele vloeroplossingen, groeide de afgelopen jaren sterk. Die groei maakte één ding duidelijk: sturen op onderbuikgevoel was niet langer voldoende. Betrouwbare, actuele inzichten werden essentieel.

Eén versie van de waarheid

Voorheen zat belangrijke informatie verspreid over verschillende systemen en Excelbestanden. Rapportages werden handmatig samengesteld en kostten veel tijd om te controleren. Tegen de tijd dat cijfers beschikbaar waren, waren ze vaak al achterhaald.

De ambitie was helder: werken vanuit één centrale bron van waarheid, toegankelijk voor de hele organisatie.

Met Microsoft Dynamics 365 als ERP-basis en Power BI voor rapportages legde VEBE samen met Fellowmind het fundament voor datagedreven werken. Informatie werd gestandaardiseerd, processen inzichtelijk en dashboards onderdeel van het dagelijks werk.

Medewerkers kregen hierdoor niet alleen toegang tot cijfers, maar ook tot context. Gesprekken veranderden merkbaar minder discussie over data, meer focus op verbetering.

Data als motor voor samenwerking

Toen dashboards eenmaal breed werden gebruikt, ontstond een nieuwe dynamiek binnen de organisatie. Teams zagen direct hoe processen presteerden en konden sneller bijsturen. Data werd een gedeelde taal tussen afdelingen.

Wat begon als een behoefte aan rapportage, groeide uit tot een manier van werken. Inzichten hielpen medewerkers eigenaarschap nemen en maakten prestaties transparanter zonder complexer te worden.

De organisatie kreeg grip op groei zonder wendbaarheid te verliezen.

Realtime inzicht geeft rust. Je weet waar je staat en kunt vooruitkijken

Van inzicht naar realtime sturen

Na de eerste successen zette VEBE een volgende stap: het verder moderniseren van het dataplatform met Microsoft Fabric. Daarmee werd het fundament voorbereid op toekomstige groei en verdere digitalisering.

Een belangrijk verschil is de actualiteit van informatie. Rapportages worden niet langer dagelijks vernieuwd, maar elk uur automatisch bijgewerkt. Hierdoor werkt de organisatie continu met actuele inzichten en kan sneller worden gereageerd op veranderingen in de operatie.

Data ondersteunt daarmee niet alleen analyse, maar directe besluitvorming.

Daarnaast maakt het schaalbare datafundament het eenvoudiger om nieuwe organisatieonderdelen aan te sluiten en direct toegang te geven tot bestaande inzichten en rapportages.

AI als volgende stap in waardecreatie

Met het datafundament stevig op orde richt VEBE zich nu op de volgende fase: het toepassen van Artificial Intelligence in dagelijkse processen.

Samen met Fellowmind wordt een AI-gedreven Sales Order Agent getest die inkomende orderaanvragen automatisch verwerkt en voorbereidt in het ERP-systeem. Medewerkers blijven verantwoordelijk voor de controle, maar repetitieve handelingen worden grotendeels overgenomen.

De eerste resultaten laten zien dat AI direct tijd vrijmaakt en processen schaalbaarder maakt. Voor VEBE betekent dit een verschuiving van inzicht naar actie: data helpt niet alleen begrijpen wat er gebeurt, maar draagt actief bij aan slimmer werken.

Stap voor stap richting een connected organisatie

De ontwikkeling van VEBE laat zien dat digitale transformatie geen grote sprong hoeft te zijn. Door eerst te investeren in betrouwbare data, vervolgens realtime inzicht mogelijk te maken en daarna AI toe te passen, groeit de organisatie gecontroleerd naar een connected manier van werken.

Zo ontstaat een toekomst waarin technologie medewerkers ondersteunt, besluitvorming versnelt en groei duurzaam schaalbaar blijft. ■

AI helpt ons **niet harder** te werken, maar **slimmer**

Resultaten in het kort

- Eén centrale bron van betrouwbare data
- Elk uur actuele managementinformatie
- Snellere besluitvorming in de operatie
- Meer eigenaarschap binnen teams
- Eerste AI-toepassingen leveren directe tijdswinst op
- Fundament klaar voor verdere groei en integratie

Van **AI-experiment** naar succesvolle use case: **Waar begin je?**

Je herkent het waarschijnlijk: de organisatie heeft de eerste stappen op AI-gebied gezet, maar het aantal ideeën groeit snel. Zonder gerichte aanpak ontstaan al gauw tientallen experimenten tegelijk, shadow IT binnen alle afdelingen en geen grip op AI-investeringen. Het gevolg: AI-projecten blijven hangen in de experimenteerfase, zonder meetbare resultaten.

De vraag is dan: met welke AI use case zet je wél door? De eerste case moet een succesverhaal worden: gedragen door de organisatie, accuraat uitgewerkt en met aantoonbare waarde. Hoe maak je die afweging?

Prioriteren met een multidisciplinair team

Bij het kiezen van een goede AI use case draait het om het effectief inzetten van resources en investeren in initiatieven die business impact opleveren. Dat vraagt om duidelijke prioritering. En precies daar ligt de uitdaging: AI-projecten raken meerdere disciplines en aspecten in de organisatie. Om use cases goed te kunnen classificeren en prioriteren, is input nodig vanuit al deze disciplines.

Een effectieve manier om dit te organiseren, is het opzetten van een multidisciplinair AI-team. Dit team heeft een poortwachtersfunctie en is verantwoordelijk voor de selectie van use cases. Welke use case heeft de meeste impact, grootste succeskans en beheersbare complexiteit? Op

basis daarvan stelt het AI-team de rangschikkingscriteria vast. Je hoort het al, dit is geen one-man job. Zorg dat je team bestaat uit mensen die vanuit verschillende rollen en perspectieven kijken naar AI binnen jouw organisatie. Denk aan een CISO, dataspecialist of jurist die in de gaten kan houden of use cases voldoen aan de AI Act. Daar ligt de uitdaging voor het kiezen van de juiste use case: betrek de juiste mensen bij de selectie, zodat alle belangen zijn afgewogen en gewaarborgd.

Drie perspectieven voor de juiste keuze

Dit multidisciplinaire team is zo belangrijk, omdat er meerdere wegen zijn die naar Rome leiden. Elke invalshoek vraagt om een specifieke expertise. Zo kun je kiezen voor een adoptiegedreven aanpak bij het selecteren van AI use case. Dit houdt in dat je als eerste inzet op een use case die een tijdrovend en weinig aantrekkelijk proces automatiseert, zoals een administratieve taak. Voor de meeste collega's is dit een fijne, en directe, verandering die de kans op snelle adoptie

vergroot. Deze aanpak vraagt om gebruikersinzicht en kennis van werkvloerprocessen.

Een strategischere aanpak is ook mogelijk.

Kies je voor een defensieve use case (gericht op kosten- of tijdsbesparing) of een offensieve use case (omzetverhoging via nieuwe diensten of het bedienen van andere klantsegmenten)?

Dat vraagt om businessexpertise, marktkennis en inzicht in de bedrijfscultuur.

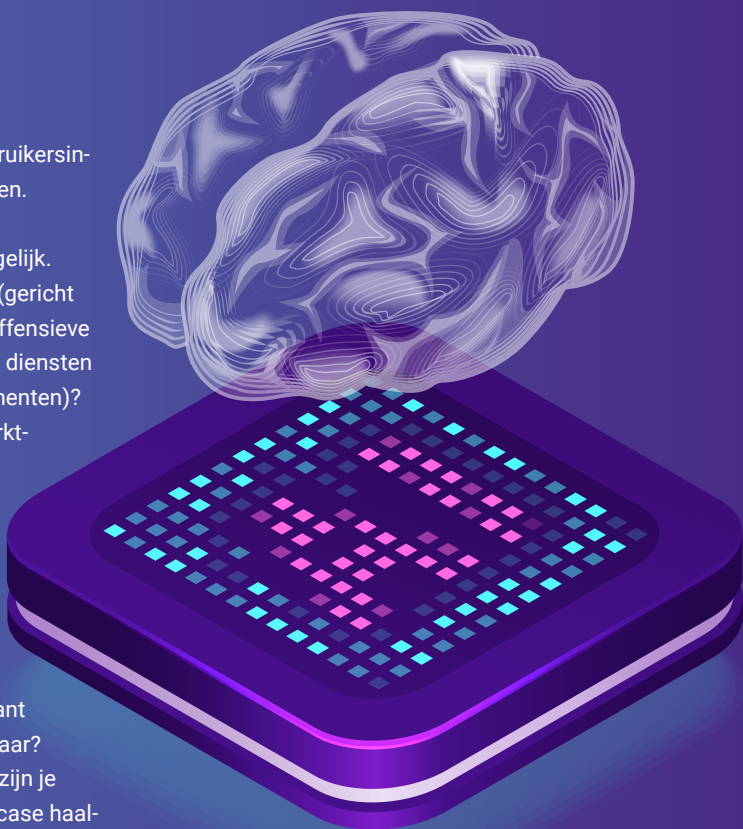
In een conservatieve organisatie is het bijvoorbeeld niet verstandig direct te starten met een offensieve use case die het klantcontact ingrijpend verandert.

En vergeet ook de organisatorische kant niet. Welke technologie is al beschikbaar? En hoe digivaardig en veranderbereid zijn je collega's? Ook dat bepaalt welke use case haalbaar en succesvol zal zijn. Hiervoor zijn een IT-, HR- of veranderperspectief onmisbaar.

Iedereen een auto, niemand rijles

Als je eenmaal de juiste AI use case hebt geselecteerd, begint het echte werk. Dan moet je ervoor zorgen dat mensen ook daadwerkelijk met de nieuwe AI-technologie kunnen werken. AI is ineens toegankelijk geworden voor iedereen. Het is alsof iedere medewerker een snelle auto krijgt, maar de verkeersregels onbekend zijn en rijles ontbreekt. Dat heeft gevolgen. Zo blijkt uit onderzoek dat de meerderheid van de Nederlanders AI op de werkvloer gebruikt, terwijl slechts 27 procent er kritische vragen over stelt.

In de praktijk zien we dit vaak gebeuren. Organisaties trekken een sprint op AI-gebied, maar hebben oogkleppen op en vergeten de basisprincipes van innovatie. Want net als het internet destijds, is AI een systeemtechnologie: het raakt alles en iedereen in de organisatie.



Dus sla je de rijles over? dan wordt AI ingezet als oplossing voor problemen waarvoor het niet geschikt is. Verwachtingen worden niet waargemaakt en de adoptie stukt.

Van criteria naar succesverhaal

De criteria voor een goede AI use case zijn maatwerk. Er bestaat geen one size fits all. Wat voor de ene organisatie een succesvolle AI-toepassing is, kan voor een andere organisatie weinig waarde opleveren. Toch geldt er één universeel principe: om use cases van tevoren goed te prioriteren, is input nodig vanuit verschillende disciplines die samen kijken naar de technische, organisatorische en menselijke kant van een AI-toepassing. De AI-poortwachter is niet één persoon, maar een multidisciplinair team. Juist dat gezamenlijke perspectief is de doorslaggevende succesfactor in ieder AI-project dat verder komt dan de experimenteerfase. ■

Onze Microsoft Specialisaties

Slechts een kleine groep partners wereldwijd behoort tot de Inner Circle van Microsoft en precies daar bevinden wij ons. Voor jou betekent dat geen mooie titel, maar de zekerheid dat je samenwerkt met mensen die weten wat er nodig is als technologie echt het verschil moet maken. Bij Fellowmind werk je met specialisten nauw samen die het Microsoft-landschap door en door kennen, van data en business applications tot security en cloud. We luisteren aandachtig, denken kritisch mee en blijven aangehaakt, ook nadat jouw oplossing live gaat. Niet op afstand, maar naast je zodat je met vertrouwen de juiste keuzes kunt maken.



Security

Specialist

Cloud Security
Identity and Access
Management
Threat Protection



Data & AI Azure

Specialist

Infra and Database Migration



Business Applications

Specialist

Low Code Application
Development
Small and Midsize Business
Management
Supply Chain
Finance
Sales
Service

Baerke

Spelen met de kantoomensen

Baerke (Limburgs voor Beertje) werd tijdens corona als pup opgenomen in het gezin van Fellowmind collega Rowdy Schwachöfer. Toen de lockdown werd opgeheven, mocht de Nova Scotia Duck Tolling Retriever af en toe met het baasje mee naar kantoor. Inmiddels is Baerke onlosmakelijk verbonden met de Venlose vestiging van Fellowmind. Wie op maandag of donderdag het kantoor binnenloopt, wordt enthousiast begroet door een natte neus.



Een dag uit het leven van Baerke



07.15 Het baasje pakt de riem! YES!

07.25 Pas als we het terrein oprijden, weet ik het zeker: vandaag mag ik spelen met mijn kantoorvrienden!

07.30 Het baasje is vroeg. En dat is fijn. Ik kan dan op de juiste plek gaan liggen met mijn blik op de deur. Iedereen die binnenloopt, krijgt een enthousiaste welkomstgroet.

08.00 De mensen hebben behoefte aan koffie. Leuk voor mij: ik loop elke keer vrolijk mee op en neer.

09.15 Veel kantoomensen zitten in kamertjes met elkaar te praten. Dat zullen ze dan wel belangrijk vinden, maar het is saai voor mij. Ik pak mijn bal. Eens kijken wie ik kan verleiden om te spelen.

10.50 CHRIS HEEFT EEN BALLON!!

11.05 Iemand heeft een bakje yoghurt open laten staan op snuithoogte. Lucky me!

12.30 Mijn favoriete moment van de dag. Baasje en een paar kantoorvrienden nemen me mee naar buiten. Ons vaste rondje: ik loop voorop en weet feilloos de weg.

13.00 Dolle vijf minuten! Mijn record om van de ene kant van het kantoor naar de andere te racen is verbroken.

14.35 Best hard werken, dat kantoorleven! Ik doe een dutje bij de voeten van Suzanne.

15.10 Ik bied ook emotionele ondersteuning aan mijn kantoorvrienden. Ze mogen me altijd even komen knuffelen.

16.00 Baasje staat op, hij pakt zijn rugzak. Het lijkt erop dat hij naar huis gaat. Ik doe nog even een laatste rondje langs mijn kantoorvrienden om tijd te rekken.

20.30 Moe maar voldaan! In mijn droom maak ik een extra rondje door het kantoor van Fellowmind. Mijn poten draven mee. ■





De **Chief Commercial Officer** die nog **nooit** iets heeft **verkocht**

Marc van Hout werkt als Chief Commercial Officer (CCO) bij Fellowmind. Hij vertelt over zijn loopbaan en geeft carrière-advies.

Het is best bizar dat we van kinderen van 12 jaar verwachten dat ze een beslissing nemen over een studierichting en daarmee over een beroep. Op die leeftijd had ik nooit kunnen vermoeden dat er zoiets bestond als een 'Chief Commercial Officer', of een implementatiepartner van Microsoft-software voor bedrijven (Windows 95 was nog niet op de markt toen ik 12 was).

Ik durf zelfs te zeggen dat ik toevallig de wereld van ERP ben ingerold en later in een commerciële functie. In de Engelse taal is daar een mooi woord voor: 'serendipity': je was er niet naar op zoek, vond het toevallig en het bleek heel waardevol.

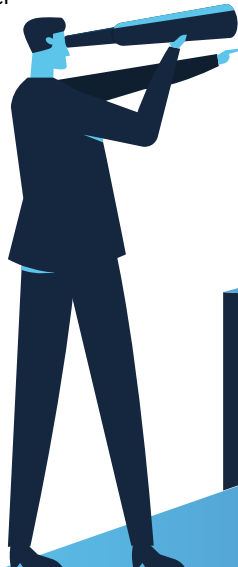
Van industrie naar ERP

Na mijn studies werktuigbouwkunde en technische bedrijfskunde werkte ik in de houtindustrie. Ik had niet per se veel affiniteit met IT, maar wel met verandermanagement. Mijn leidinggevende vroeg: 'We zijn toe aan een nieuw ERP-systeem. Wil jij de selectie doen?'. Ik fietste naar huis en

zocht op Google wat ERP betekende en wie me kon helpen bij de selectie.

De keuze viel op Axapta (voor de historici onder ons: de voorloper van Microsoft Dynamics AX). Wat mij fascineerde, was dat de implementatie niet alleen over technologie ging, maar over waarde toevoegen. Dankzij de nieuwe software konden we efficiënter en slimmer werken.

Zo telde onze directeur elke dag hoeveel vrachtwagens in- en uitreden. Veel vrachtwagens betekende een goede dag. Maar aan het eind van zo'n 'goede dag' kon de voorraad opeens op zijn. Met Axapta konden we precies registreren hoeveel hout erin kwam en eruit ging, zodat we nooit 'nee' hoefden te verkopen.



Toen ik jaren later als projectmanager bij Fellowmind aan boord kwam, kon ik mijn ervaring in de industrie goed gebruiken. Toen ik de vraag kreeg of ik de overstap wilde maken naar sales, was ik niet echt enthousiast: het beeld wat ik daarbij had (deels uit ervaring als V&D-verkoper in mijn jonge jaren), was van een harde, competitieve wereld met hoge targets en interne concurrentie.

Waarde boven targets

De realiteit bleek compleet anders. Ik durft te zeggen dat ik in de 18 jaar dat ik een commerciële functie heb gehad binnen Fellowmind, nooit iets heb verkocht. De gesprekken die ik voer gaan niet over producten, maar over ambities voor de komende jaren. Over pijnpunten, groeivragen en transitie van ondernemers. Soms ondersteunt software die doelstellingen, soms niet. Het komt ook voor dat de behoefte van een klant niet kan worden vervuld met een ERP- of CRM-implementatie, maar met een andere technologische oplossing die we niet aanbieden. Dan breng ik deze ondernemer met plezier in contact met een bedrijf dat dat wel doet.

Waarom? Omdat ik niet geloof in harde sales-targets, maar in echt waarde toevoegen. Je maakt mij niet blijer dan met een bericht van een klant die met onze hulp 10% EBITDA-groei heeft gerealiseerd.

Waar 25 jaar geleden de grootste waarde van bedrijfssoftware zat in efficiëntie en inzicht in de bedrijfsvoering, gaan gesprekken nu veel vaker over automatisering en AI.

Maar de kern van het werk is niet veranderd: eerst doorvragen naar de ambitie, wensen en dromen, en dan kijken naar de rol van technologie daarin. Dat was al zo in de tijd van Axapta, dat is niet anders in het AI-tijdperk.

En juist dat maakt het voor een 12-jarige vandaag nóg ingewikkelder om te bedenken wat hij of zij later wil worden. Welke banen bestaan tegen de tijd dat je de arbeidsmarkt betreedt, laat staan wanneer je met pensioen gaat?

Ik kan maar één carrière-advies geven: blijf openstaan voor kansen die op je pad komen. Ook als ze niet direct aansluiten bij wat je voor ogen had. Misschien vind je iets waar je niet naar zocht, maar waar je wel heel blij van wordt. ■

Toos de Zeeuw

Marketing met aandacht,

mensen maken het verschil

Wat Toos de Zeeuw zo aanspreekt bij Fellowmind? Ze mag gave marketingcampagnes bedenken en ontdekken hoe effectief die zijn. Dat doet ze het liefst op kantoor. “Het is fijn om collega’s in het echt te spreken en we helpen elkaar waar het maar kan. Vaak gaat het gesprek vanzelf verder dan alleen over werk.”

Vier jaar geleden begon Toos bij Fellowmind als marketingconsultant. Ze hielp klanten met het inrichten van Dynamics Customer Insights en dook daarvoor diep in de technologie. “Ik leerde hoe organisaties marketing aanpakken,” zegt ze. “Dat was heel leerzaam.”

Toch begon er iets te schuiven. Bij klanten zag ze hoe marketingteams campagnes bedachten, content maakten en keuzes moesten maken. “Ik keek mee en dacht steeds vaker: dit wil ik zelf doen.” Inmiddels werkt Toos als marketeer bij Fellowmind.

Marketing begint bij keuzes

Samen met collega's bedenkt Toos marketing-programma's. Geen losse acties, maar een samenhangend geheel van onder andere artikelen, e-mails en webinars. “Je denkt vooraf na over wat je wilt vertellen, wanneer en aan wie. Aan welke informatie heeft iemand nú behoefte?”

Dat vraagt om geduld. In B2B zie je zelden direct resultaat. Soms komt een bezoeker pas maanden na het downloaden van een whitepaper terug op onze site. Dan helpt het dat je in de data terug kunt zien wat diegene eerder interessant vond. Zo kun je het gesprek logisch voortzetten.” Door zelf dagelijks met



Marketing is uiteindelijk vooral mensenwerk

de technologie te werken die Fellowmind bij klanten implementeert, weet ze precies wat de mogelijkheden zijn. "En je ontdekt ook dat sommige dingen op papier logischer zijn dan in het dagelijks leven."

Afstemmen afdelingen

Hoewel Toos haar werk technisch gezien prima vanuit huis kan doen, zit ze het liefst op kantoor. "Ik krijg energie van de mensen om me heen. Marketing raakt bij Fellowmind de hele organisatie." Ze spreekt consultants over wat zij bij klanten zien, stemt af met sales en haalt input op bij collega's die trainingen geven. Ook schakelt het marketing-team continu met management en directie.

Die gesprekken vormen de basis voor haar werk. Wat ze hoort, vertaalt ze naar campagnes, segmentatie en keuzes in opvolging. "Dat maakt marketing persoonlijk. Door in gesprek te gaan met alle stakeholders in de organisatie en met klanten, weten we als marketeers beter wat er

speelt, waardoor we relevanter kunnen zijn. Voor zowel de ontvanger als onze interne organisatie."

Even twijfelen onderweg

Laatst liep Toos een deel van de Camino. Tijdens de een na laatste etappe twijfelde ze of ze zou stoppen bij de tussenhalte of in één keer zou doorlopen naar de finish. Ze was al uren onderweg en belde spontaan met haar collega's Anoeska en Tomas, die op dat moment samen in overleg zaten. Dit zorgde precies voor goede afleiding en motivatie. "Ze moedigden me aan. Dat gaf me net het zetje om door te lopen."

Sommige wandelaars besluiten na het lopen van de Camino het roer om te gooien. Voor Toos werkte het anders. "Ik was even bang dat ik geen zin meer zou hebben om aan het werk te gaan, maar ik begon juist weer met een fris hoofd. Erg fijn om de collega's nu weer dagelijks te zien. Marketing is uiteindelijk vooral mensenwerk, hoe goed de technologie ook is." ■

Vrijetijdstips

van Fellows

Wat doen onze Fellows in hun vrije tijd? Dan duiken ze net zo enthousiast in een goed boek of leuk spel. We vroegen collega's naar hun persoonlijke vrijetijdstips. Voor ontspanning, plezier en verdieping.



Wingspan

Tip van Kim Jansen

Wingspan is een tactisch en sfeervol bordspel voor vogelliefhebbers. Bouw je eigen natuurgebied met unieke vogelkaarten en laat slimme combinaties voor je werken. Verzamel voedsel, leg eieren en scoor punten in bos, weide en moeras. Prachtig uitgevoerd én ook solo te spelen.



Nexus

Tip van Chrit Verlinden

In Nexus onderzoekt Yuval Noah Harari hoe informatie door de geschiedenis heen macht creëert én misleidt. Van mythen tot moderne AI laat hij zien hoe fictie, waarheid en technologie samenlevingen vormen. Een prikkelend boek dat aanzet tot nadenken over onze zelfdestructieve neigingen en de keuzes die nu voor ons liggen.



Stay Cool

Tip van Yuna Brouwer

Stay Cool is een chaotisch en hilarisch partyspel waarin multitasken centraal staat. Beantwoord tegelijk vragen hardop én met dobbelstenen, terwijl de tijd wegtikt. Simpel uitgelegd, vol humor en geschikt voor grotere groepen. Perfect voor feestjes waar lachen belangrijker is dan winnen.

Aan boord van de **Fellowmind Express**

Het begon met een simpele vraag: hoe geven we klanten iets dat écht laat zien waar Fellowmind voor staat? Dit keer geen standaard LEGO-does, maar iets unieks. Iets dat onze manier van werken tastbaar maakt. Zo vertrok de Fellowmind Express.



Waarom een trein? Omdat hij, net als onze klantreizen, modulair is. Je start met een solide basis en breidt die onderweg uit. Omdat hij duurzaam is: opgebouwd uit zo'n 70% zorgvuldig geselecteerde tweedehands LEGO-stenen. En omdat hij symbool staat voor samen reizen: wij reizen naast jou in de cockpit, versterkt door AI, maar altijd gedreven door mensen.

En nu het mooiste: Deze limited edition trein kun je winnen.

Laat via mail of LinkedIn weten welke wagon volgens jou als volgende aan de Fellowmind Express moet worden toegevoegd en waarom. De meest inspirerende inzending stapt aan boord en wint een Lego trein.

marketing@fellowmind.nl
linkedin.com/company/fellowmind/

Fellowmind

Stationsstraat 77B
3811 MH Amersfoort
+31 (0) 88 424 2828
info@fellowmind.nl
www.fellowmind.nl