‘Data driven bedrijven kunnen groeien’

31-10-2016 09:21



David Arnoux is een globetrotter. Geboren in Frankrijk, opgegroeid in onder meer de UK en USA is hij inmiddels neergestreken in Nederland waar hij aan de wieg stond van het bedrijf Growth Tribe.

Voordat hij naar Nederland kwam om zich vooral bezig te houden met het fenomeen growth hacking, was hij een succesvol e-commerce ondernemer in onder meer China en zijn thuisland. Zijn fashionstores met accessoires voor mannen groeiden snel door het inzetten van de combinatie data en tech. Zijn ervaringen die hij daar opdeed vormen de basis voor zijn huidige werk.

De eerste vraag die opkomt, is vanzelfsprekend wat growth hacking precies inhoudt. Volgens Arnoux is het een mix van user experience, data, coding en marketing. Het is volgens hem een voorwaarde om online te kunnen groeien.
“Mijn ervaring is dat grote ondernemingen dit vaker nodig hebben dan kleine(re). Dat komt omdat die grote bedrijven vaak nog met aparte afdelingen werken die onderling weinig tot niets uitwisselen. In nieuwe bedrijven, de startups, zie je veel vaker al direct multidisciplinaire teams ontstaan. Als je bedrijf data-driven is, dan kun je groeien en dat kan alleen met multidisciplinaire teams die gezamenlijk bijna monomaan aan één KPI werken.”

Arnoux tekent het voor op een groot vel.

“Dat is de digitale transformatie waar bedrijven op in moeten zetten. En het begin is de mindset, dan volgen de processen en de mensen en pas daarna de tools”.
“Mijn tweede punt is dat consultancy dus niet werkt: het moet in je dna zitten met de juiste mensen. Mensen met een growth mindset”.
Daarnaast is snelheid de sleutel tot succes volgens Arnoux. “Je moet snel kunnen handelen in je organisatie en snel leren. ‘Test your assumptions’, ofwel zet je ideeën online en test en leer en ga de interactie aan. Het levert informatie en data op!”

Technologie is belangrijke factor in het verhaal van Arnoux, maar dan wel technologie die door mensen wordt beheerd. “Als we niet oppassen loopt de technologie met ons weg. Kijk naar het schrijven van nieuwsberichten dat steeds meer door robots (computers) wordt gedaan. Op basis van alle data die online te vinden zijn over nieuwsfeiten kan een slimme robot zo een artikel samenstellen”.
“Marketeers moeten dus ‘tech’ worden anders neemt technologie het over, net als bij die schrijvende robots. Groei zit in gedragspsychologie in combinatie met data en tech. Let op, na mijn praatje zal een aantal aanwezigen zich beslist ongemakkelijk voelen, maar dat is juist de bedoeling”.

Arnoux laat nog een aantal spannende tools zien, onder meer een waarmee je op basis van iemands Linkedin

profiel een soort data-profiel kunt opstellen. Hoe dat precies werkt zal hij ook op inct.spiratie laten zien.

David Arnoux is op 23 november a.s. de closing keynote op inct.spiratie 2016.
Meer weten en/of aanmelden