

Board Room Meeting – Alexander van Eerden – Building Blocks

Op donderdag 30 maart ontvangt Alexander van Eerden een select gezelschap van de Vrienden van Cobbenhagen voor een Board Room meeting in zijn pas geopende kantoor in Amsterdam, op de ZuidAs. Building Blocks is voortgekomen uit Tilburg University in 2013 en heeft inmiddels 2 vestigingen. 23 mensen werken in Tilburg en 6 in Amsterdam geopend. Alexander geeft de Vrienden een kijkje in de keuken van Data Science. Na een voorstelronde vertelt hij dat het bedrijf enorm groeit en voor dit jaar 100 % groei verwacht.

Alexander is gedreven door extreme customer focus – hij wil impact maken. Niet alleen mooie producten maken maar echt Added Value leveren. Momenteel is hij in de race om de meest klantgerichte provider van Tilburg te worden (samen met nog 2 andere bedrijven). Dat komt, zo zegt hij, omdat ze heel veel dingen voor de eerste keer doen en er nog geen best practices zijn. Dus moet hij ook wel enorm klantgericht werken, altijd met Added Value in je achterhoofd.

De activiteiten vinden momenteel voor 90% in Nederland en 10% in buitenland maar dat gaat wijzigen. Ze hebben hun zinnen gezet om European Market Leader te worden. Daarin zit ook een bewuste keuze, om zeker de overstap naar de USA niet te maken, al is dat nu het data science walhalla. Hij heeft moeite met de onethische manier van handelen van een aantal Amerikaanse partijen en is juist wel gesteld op de Europese manier van zaken rond bijvoorbeeld privacy regelen, en de bedachtzaamheid waarmee te werk wordt gegaan. Er wordt in Europa een zinvolle discussie over data, privacy en purpose of data gevoerd.

Alexander gaat in op de keuzes die hij tegenkomt bij het uitbreiden en groeien van zijn bedrijf, bijvoorbeeld op de breedheid van inzet van data science en daarmee lastige keuzes in een wereld waar de kansen te over zijn. Of op de enorme hoeveelheid aan begrippen en technieken in de wereld van Data Science. Je kunt niet alle technieken omarmen – welke combinatie kies je en welke zaken focus je dan op? Wie zijn dan je competitors? En hoe goed doen die het? Hoe kom je aan nieuw talent? Alexander vertelt ons dat hij nauwe banden met Tilburg University, TU/eindhoven en JADS onderhoudt, en ook begonnen is aan contacten bij de VU en de UvA.

Alexander poneerde een aantal stellingen, zoals Privacy versus Empathy, technology drijft customer centricity, en customer experience gaat in de toekomst het verschil maken – niet prijs en / of product, waar een pittige discussie over gevoerd wordt. Er werd afgesloten met een aantal vragen, zoals, hoe bewaak je je cultuur bij snelle groei, hoe financier je je groei, moet je lokale presence hebben bij activiteiten in het buitenland en familie en werk: hoe doe je dat? Aanwezige Vrienden deelden persoonlijke ervaringen, wat een heel mooie inleiding was voor een goed- verzorgde afsluitende borrel.