

# Ondernemers

VOKA - KAMER VAN KOOPHANDEL WEST-VLAANDEREN

19

2 december 2016

Jaargang 23 • Prijs 8 euro • Afgiftekantoor Brugge X • Verschijnt tweewekelijks (uitgezonderd juli en augustus)

## BLIKVANGER

Na 37 jaar gaan Isocab en Isobar weer samen

## REPORTAGE

Kost digitalisering jobs of creëert ze er?

## DOSSIER

Regiospecial

**Chris Debyser - ConXioN**

**“Ik stel mezelf voortdurend de vraag: hoe kan ik morgen beter doen?”**



**Chris Debyser - ConXioN**

In 2017 mag Roeselarenaar Chris Debyser twintig jaar ondernemerschap vieren met zijn IT- en softwarebedrijf ConXioN, dat met 65 medewerkers op drie sites 12 miljoen euro omzet draait. Het mooie groei-parcours wordt ook erkend door de buitenwereld, met prestigieuze awards en met de status van “gediplomeerd en exclusief agent” van het grote Microsoft er bovenop. Het Deerlijkse ConXioN - spreek uit Connection - noemt zichzelf een dienstverlener die bedrijfsdoelstellingen van derden helpt realiseren.

**Ik stel mezelf voortdurend de vraag: hoe kan ik morgen beter doen?**





**ConXioN is een huis met vele deuren. Probeer dat eens samen te vatten?**

“Er zijn drie grote divisies. Er is een softwareafdeling met programmeurs voor ERP en e-commerce, die ook graag pakketten op maat van de klant ontwikkelen, zoals we gedaan hebben bij bijvoorbeeld Niko of bij voetbalclub KV Kortrijk met de pronostiekapp. De tweede afdeling is de dienstverlenende divisie die op het terrein van de kmo's proactief bakens verzet. Finaal is er nog een gelijkaardige afdeling die de grote bedrijven bijstaat. Bij de bedrijven profileren we ons meer en meer als het verlengstuk van de interne IT-afdeling. In sommige gevallen nemen we die IT-afdeling zelfs integraal over.”

**Wie of wat heeft u ooit richting het ondernemerschap gestuurd?**

“Ik ben van opleiding een A2-informaticus. Op mijn negentiende ben ik als salesmedewerker begonnen te werken bij het toenmalige softwarebedrijf Interface. Ik had veel ambitie en begon mezelf bij te scholen om niet alleen uit te blinken als verkoper maar om ook installateur te worden van de programma's die ik verkocht. Dat gaf me een goed gevoel, omdat ik voor de klant meerwaarde kon realiseren. Die jaren waren een uitstekende leerschool, maar diep in mij schuilde de droom om ooit zelfstandig te worden. Op mijn zevenentwintigste waagde ik de grote sprong. Toen kwam het erop aan om te zorgen dat mijn IT-bedrijf geen volger werd, maar net wist te anticiperen op toekomstige trends. Het succes van ConXioN heeft daar voor een groot deel mee te maken.”

**Wat heeft u onderschat bij de opstart van uw eigen zaak?**

“Ik denk dat elke ondernemer het meeste al doende leert. Voor elke starter geldt één groot principe: blij vooral met beide voeten op de grond. Maar weet ook dat ondernemen per definitie gelijk staat aan risico nemen. Durven investeren is dé essentie. Ik zou elke starter ook aanraden om zich te laten omringen door mensen die het beter weten dan de bedrijfsleider zelf. Dat geldt niet alleen voor het management maar ook voor het aandeelhouderschap. Destijds ben ik begonnen met twee vennoten, zij het dat ik de meerderheid aanhield. In de loop der jaren is dat wel geëvolueerd, maar vandaag zijn we nog altijd met twee vennoten (Bart Hoste heeft een aandelenpakket van 30 procent, nvdr) die allebei actief zijn. Het mooie is dat we erg complementair zijn: ik doe de strategie, hij de technologie. Bij grote deals treden we samen naar voor en koppen we samen de bal in doel. Dat voelt zo goed.”

**Heeft u een rolmodel waarnaar u opkijkt?**

“Topkaderlid Paul Cordonni van Interface geloofde rotsvast in mij en gaf me kansen; daarvoor ben ik hem eeuwig dankbaar. Hij is bepalend geweest voor mijn hele loopbaan. Nadat Interface opging in een groter bedrijf, heb ik hem de kans gegeven om voor mij te komen werken. Hij had me destijds zoveel kansen gegeven en ik vond de tijd rijp om iets terug te doen. Zijn knowhow heeft voor veel toegevoegde waarde gezorgd, ook al was hij dan al een tijdje de vijftig voorbij. Hij is tot op zijn 65e bij ons blijven werken.”

**“Een belangrijk onderdeel van digitale transformatie is: samenwerken.”**

**Hoe zou u uw eigen managementstijl omschrijven?**

“Ik wil er voor de volle honderd procent in vliegen maar ik wil ook altijd rustig kunnen slapen. Ondernemen, dat doe ik enkel als het ethisch kan. Ik wil niet de manager zijn van de hiërarchie of de ivoren toren. In mijn wereld draait alles om goede teams die elkaar bestuiven en versterken. Als manager moet je die teams ook de nodige ruimte en zelfstandigheid gunnen. Ik ben ook een onvoorwaardelijke *believer* van het West-Vlaamse realisme. Nuchter zijn en nuchter blijven.”

**“Mini grote boïte”**

**Wat is het leukste en het minst leuke aan een bedrijf leiden?**

“De disruptie mag dan wel overal zijn, ik kiek nog altijd op het feit dat we toch het verschil kunnen maken in de ICT-wereld. Enerzijds door zelf vooruit te denken, anderzijds door onszelf continu opnieuw uit te vinden, in het belang van de klant. Ik vind het belangrijk om goeie relaties te hebben met alle stakeholders: met de key vendors zoals Microsoft, HP, Cisco en Proximus, maar evengoed met de distributeurs, de eigen medewerkers of met de klanten zelf. Het mooie aan ondernemen is ook dat je de lange termijn voor ogen hebt. Voor het kortetermijngeldgewin bedank ik. Ik noem ons bedrijf graag een “mini grote boïte”. Ik ben gelukkig als we onze eigen uitdagingen kunnen waarmaken: nabijheid bij de klant, flexibiliteit, snelheid van uitvoering en tot slot transparantie. Het puur administratieve of het louter financiële kan me minder boeien. Ik besef ook wel dat,



naarmate het bedrijf groter zal worden, ik persoonlijk meer afstand zal moeten leren nemen van een aantal operationele zaken. Maar goed, daar zijn we nog niet aan toe.”

**Wat is uw ambitie voor de komende twintig jaar?**

“Dit bedrijf hoeft vooral niet ineens té groot te worden. Want te groot betekent vaak: onbeheersbaar. Ik denk wel dat elk van onze subdivisies op termijn kan uitgroeien tot een meer zelfstandig bedrijf. Maar ik heb eigenlijk één grote droom: dat ik samen met mijn medewerkers elke dag gelukkig mag zijn en blijven. Ik wil niet als een kip op haar eieren blijven zitten maar medewerkers zien doorgroeien. In de loop der jaren zal ik allicht meer en meer evolueren naar een rol als coach die toegevoegde waarde biedt aan de anderen.”

**Hoe vult u de sleutelwoorden innovatie en differentiatie in, goed wetende dat de concurrenten met hetzelfde bezig zijn?**

“Elk bedrijf, ongeacht de sector, moet altijd de vraag stellen hoe het gaat innoveren. Maar innovatie is niet zozeer een zaak van eigen bedenkensels. Innovatie schiet het best wortel door radicaal samen te werken met de klant, met de bedoeling de business intelligenter te laten verlopen en de processen te verbeteren. Aan nieuwe tools en technologieën geen gebrek, denk maar aan wat het Internet of Things of artificiële intelligentie te bieden hebben. Maar al die zaken zijn slechts innovatief als ze ook hun efficiëntie bewijzen. Dat bewijzen en implementeren is net onze corebusiness.”

**De digitalisering is alom. Maar het is bekend dat België op dat vlak niet meteen een voorloper is.**

“Er is een achterstand, heel zeker. Ik zie dat de grote vendors bijvoorbeeld aan pakweg het Verenigd Koninkrijk of Nederland technologie aanbieden, die niet meteen hier beschikbaar is. Maar er is ook goed nieuws: ik merk dat er een inhaalbeweging op gang komt.”

**Er moet toch een reden zijn waarom Nederland technologisch vooruitloopt?**

“Veel heeft te maken met het complexe land dat België is. Zelfs de grote huizen weten dat de wetgeving hier geen cadeau is en dus is de Belgische markt, die sowieso ook al klein is, niet meteen een prioriteit. Nochtans zijn er op Europees niveau grote veranderingen op til. Welke kmo zou al gehoord hebben van de verplichting om aan de GDPR-wetgeving (General Data Protection Regulation, nvdr) te voldoen? In essentie komt het hierop neer: elke kmo moet kunnen bewijzen dat ze haar computerarsenaal voldoende en volledig



beschermt tegen indringers om zo de privacy van de EU-burgers te garanderen. De GDPR-wetgeving zorgt voor een duidelijk kader, maar wie kent die? De opgelegde boetes vanuit Europa zullen nochtans niet min zijn. Met ConXioN probeer ik de boodschap zoveel mogelijk uit te dragen.”

**Zorgt digitalisering niet voor een meer kille, afstandelijke of onpersoonlijke wereld?**

“Je zou dat zo kunnen interpreteren, maar een belangrijk onderdeel van digitale transformatie is net samenwerken, zowel intern als extern en uiteraard met de juiste tools. Het menselijke zit in onze core en het wordt een belangrijke maar leuke uitdaging om die twee werelden te doen samensmelten. Wij willen in elk geval een community vormen.”

**Prijzen bij de vleet**

**Moeten uw medewerkers techneuten zijn of mensen met een groot intuïtief aanvoelen?**

“Technische kennis en competenties zijn meestal gemakkelijker bij te brengen, ik geef absoluut de voorkeur aan mensen die meer van het tweede hebben dan van het eerste.”

**U durft als hr-manager wel eens te verrassen. Onlangs schakelde u bijvoorbeeld sportcoach Mia Dobbeni in. Wat brengt dat op?**

“Mia heeft naast haar ervaring op het hoogste sportniveau ook een uitgebreide technologische bagage als gewezen medewerker van HP en Cisco. Die cumul is uitzonderlijk. Haar meerwaarde wordt elke dag duidelijker, op drie niveaus: kennis bijbrengen, leergierig-

heid aanleren en mensen leren om de zachte weg te bewandelen.”

**ConXioN is inmiddels al twee opeenvolgende jaren in de prijzen gevallen bij het grote Microsoft. Wat moet u daarvoor doen?**

“Het is evident dat je zo’n erkenning niet zomaar in de schoot geworpen krijgt. De Belgische dochter van Microsoft doet een grondige screening van de markt en van potentiële leveranciers. Onze down-to-earth benadering heeft hen zeker sterk aangesproken. Maar dan nog moet je andere troeven in huis hebben. Zoals: hun technologie oplossingsgericht en op maat weten te implementeren op het terrein. Of ook nog: voldoende opleidingsprogramma’s voorzien in eigen huis. Finaal ook: bewezen marktpenetratie en groeicapaciteit. Qua aantal gebruikers hebben we inmiddels onze strepen verdiend.”

**Uw bedrijf wordt als het ware bedolven onder de awards en onderscheidingen. Wat doet dat met een mens?**

“Voor de marketingafdeling én voor de medewerkers is dat een mooi geschenk. Die awards zijn een bekroning van onze investeringen. Maar bij mij ligt dat anders. Zo’n erkenning maakt mij persoonlijk welgeteld één dag dolgelukkig. En de andere 364 dagen komt mijn fundamentele drang om altijd beter te doen weer naar boven.”

*(Karel Cambien - Foto's Dries Decorte)*