

Matthias Vandenbussche (Public Minds):

"Een goede klantenfocus is belangrijk"

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

Data driven inzichten zijn niet enkel weggelegd voor mastodonten. Dat bewijst Public Minds uit Izegem. Deze start-up richt zich met onderzoek, analyse en advies tot bedrijven en lokale overheden. Welk parcours doorliep oprichter Matthias Vandenbussche en welke waren zijn uitdagingen, drempels en meevallers?

Public Minds, opgericht als commanditaire vennootschap in oktober 2016, focust op tevredenheidsonderzoek bij medewerkers en klanten,

haalbaarheidsstudie, marktonderzoek,... Deze start-up heeft de ambitie om inzichten te bieden op maat van de onderneming of organisatie. Deze

inzichten vormen een goede basis voor het nemen van gefundeerde beslissingen. Public Minds is het geesteskind van **Matthias Vandenbussche**, die eerder ervaring verwierf bij onder andere Universiteit Antwerpen, **West-Vlaamse Intercommunale WVI** en CC Consult uit Brussel. De prille ondernemer combineert een sterk geloof in het belang van onderzoek bij het nemen van beslissingen met een passie voor data. "Ik merk dat heel wat kmo's en lokale overheden wel brood zien in marktonderzoek, maar twijfelen over de haalbaarheid. Nochtans is marktonderzoek maatwerk. We verzamelen en analyseren (klanten)feedback, en vertalen dit in richtinggevend advies. Zodat gefundeerde keuzes worden gemaakt en er waar nodig wordt bijgestuurd, geanticipeerd op veranderende behoeften en gewerkt aan een nog betere beleving."

Omgaan met uitdagingen

Public Minds draaide in 2018 een omzet van circa 150.000 euro en stelt, naast de zaakvoerder, nog één persoon tewerk. De belangrijkste uitdagingen in het groeitraject zijn het scherpstellen van financiële doelstellingen, het afbakenen en prospecteren van de juiste doelgroepen, en het omgaan met (freelance) personeel.

Matthias Vandenbussche: "Niet iedereen staat open voor onderzoek en klantenfeedback. Daarom is het voor ons belangrijk om de juiste doelgroepen af



”

Het is belangrijk om de juiste doelgroepen af te bakenen. Wie willen we bereiken en vooraf: wie niet?

Matthias Vandenbussche
(foto Nick VDH)

te bakenen. Wie willen we bereiken en vooral: wie niet? Op eenmanszaken en multinationals bijvoorbeeld, zetten we momenteel niet in."

Om meer inzichten te verkrijgen, sloot Vandebussche aan bij de startersplatforms Bryo (Voka West-Vlaanderen) en Start&GO van de POM West-Vlaanderen.

"We leren er van elkaar en worden aangemoedigd en geprikkeld door gevestigde waarden. Een meerwaarde van Bryo was bijvoorbeeld het leren omgaan met cijfers en het leren nadenken over budgettering en tijdsbesteding. Zo verwerf ik via nacalculatie inzichten over waar de grootste marges liggen. Via **Start&GO** kon ik voordelig kantoorruimte huren in Ondernemerscentrum Roeselare en ik werd door hen begeleid via groepssessies en individuele gesprekken. Hierdoor ga ik

doordachter tewerk en werk ik strategisch naar diverse sectoren toe.

Momenteel zijn we voornamelijk actief voor steden en gemeenten. Hun meerjarenplan moet binnenkort klaar zijn en wij bieden ondersteuning in het nagaan van prioriteiten bij inwoners en ondernemers. Eenmaal deze piekperiode voorbij is, gaan we focussen op de privésector. Want als ondernemer moet ik rekening houden met de factor personeelskost en de nood aan uitbreiding. Marketing en prospectie zijn daarbij belangrijke hefboomen. Door nu al na te denken over het najaar 2019 en het voorjaar 2020, wens ik een inspirerende en uitdagende werkomgeving aan te bieden aan mijn medewerkers. In piekmomenten vangen we het meerwerk op met freelancers. Het juiste moment vinden om een nieuwe medewerker aan te trekken is een cruciale kwestie. In een aanwerving kruipt heel wat opleiding, waardoor de nieuwe collega pas na een inwerkperiode rendabel kan zijn."

Investeren in tools

De corebusiness van Public Minds ligt bij advies- en dienstverlening. Daarnaast zet de onderneming in op de ontwikkeling van laagdrempelige tools. "Samen met een softwarebedrijf ontwikkelden we de klantenmonitor. Dit is een modulair softwarepakket dat een systematische en snelle manier biedt om klantenfeedback binnen te krijgen en te analyseren. Aangezien het modulair is opgevat, gaat het om een instap- en budgetvriendelijke dienst.

Daarnaast lanceerden we eerder twee tools op maat van lokale overheden: kiesmee.be en het inwonerspanel. Beide zijn laagdrempelige tools, waarmee inzichten worden verworven over de prioriteiten van de inwoners. Dergelijke tools, naast onze expertise, geven ons voldoende kennis, middelen en overtuigingskracht om ons groeipotentieel waar te maken."

www.publicminds.be



Karliën ↗
Maakt culinaire maaltijdsalades sinds 2016
Yolomi

Bernard
Motorambulancier sinds 2016
Medi-Moto

Bavo ↗
Bedenker van gezelschapsspel Student-ondernemer sinds 2018
Memoro

Groeien en ondernemen in West-Vlaanderen

Registreer je snel op
www.startandgo.be



Partners

