

# 'Floppy' moet Inter/View uit dal halen

Door onze redacteur  
HANS BEUGEL

AMSTERDAM, 24 maart --- Het marktonderzoekbureau Inter/View dat na de beursintroductie in een diep dal is terechtgekomen, hoopt met een nieuw rapporteringssysteem zijn marktpositie weer wat op te vijzelen.

Het bureau gaat voortaan zijn onderzoekrapporten niet alleen in gedrukte vorm maar ook op 'floppy-disk' leveren. Dat is niet zo maar een aardig speeltje of 'toy' voor onze klanten, maar wel degelijk een geheel nieuw stuk gereedschap, een 'tool' voor het management, aldus drs. Maurice de Hond, president-commissaris en gedelegeerd commissaris van het bureau.

Vanaf 1 mei ontvangen de klanten van Inter/View, naast de gebruikelijke tabellen en conclusies in de traditionele gedrukte vorm, de onderzoeksgegevens tevens op diskette. Met behulp van het „eveneens geheel gratis” ter beschikking gestelde softwareprogramma IR kan de klant op zijn eigen kantoor met een personal computer zelf de gegevens van zijn onderzoek verwerken en naar wens toepassen. Hij kan onderan-

dere zijn eigen tabellen maken, alle mogelijke data opvragen in elke gewenste combinatie, en gegevens afbeelden op de kaart van Nederland. Ook kan het geheel worden overgezet naar een krachtig analyseprogramma.

## Revolutionair

Tot nu toe plachten de klanten van het bureau een star tweedimensionaal rapport te ontvangen maar voortaan krijgen zij daarnaast ook een flexibel driedimensionaal rapport, aldus De Hond. Dat kunnen zij op het scherm 'draaien en kantelen en vanuit alle gezichtshoeken bekijken'. De marktonderzoeker demonstreerde de mogelijkheden van Interactive Reporting — volgens hem net zo uniek en revolutionair als Desktop Publishing — aan de hand van een 'demo' over de voortgaande ontkerkelijking in Nederland.

Sinds 1970 is er in het marktonderzoek sprake van een revolutie in fasen. Het veldwerk door de bureaus geschiedt tegenwoordig

per telefoon en met behulp van de draagbare computer plus modem, de ponskaart en bijbehorende apparatuur zijn vervangen door computers met software en 'on line' verbindingen, het klein offset drukwerk door de fotokopie en laserprints.

Aan de afnemerskant verschenen de mainframes en minicomputers in de bedrijven en langzamerhand ook personal computers met bijbehorende netwerken. Maar merkwaardigerwijs bleef gedurende al die jaren de laatste schakel tussen het bureau en de afnemer onveranderd een 'rapport in gedrukte vorm', aldus De Hond.

In 1985 ontwikkelde Inter/View voor intern gebruik een aantal softwarepakketten waarmee alle stadia van onderzoek kunnen worden uitgevoerd. IR is een 'spin-off' van dit ontwikkelingswerk. Het wordt door het bureau beschouwd als de laatste schakel en de „ultieme" dienstverlening. Er is drie jaar aan gewerkt en er zijn ongeveer 15 man-jaren in geïnvesteerd. Volgens De

Hond is Inter/View het eerste en enige marktonderzoeksbureau ter wereld dat op deze wijze werkt en service verleent. Verdere revoluties in het marktonderzoek zouden in de naaste toekomst niet te verwachten zijn. Alleen de software zal vervolmaakt worden en er zullen krachtiger personal computers komen, aldus de president-commissaris.

## Whiz-kids

De Hond: „Enkele jaren geleden zaten er op zolderkamertjes talloze veertien- tot twintigjarige scholieren en uitkeringstrekkers met een Tandy of Commodore te stoeien. Onder die jongeren zat heel wat verborgen talent dat naar mijn mening ten onrechte niet benut werd. Bij Inter/View echter onderkennen we toen al de mogelijkheden van de personal computer voor het bedrijfsleven. Dit in tegenstelling tot de meeste ondernemers die vast bleven houden aan mainframe en minicomputer. In 1983 hebben we enkele van die jonge *whiz-kids* ingehuurd en de

pc in onze organisatie ingevoerd. Diezelfde jonge talenten die nu begin twintig zijn, hebben de programma's gemaakt die culmineerden in ons Interactive Reporting systeem.”

De Hond wilde desgevraagd niet vooruitlopen op de jaarcijfers van Inter/View die eind april bekend gemaakt worden. Wel constateerde hij dat het bureau in de laatste jaren door zijn eigen succes is ingehaald.

De Hond: „Het ging ons te goed in Nederland. Daardoor hebben wij de problemen van het over de grenzen gaan onderschat. Door slechte voorbereiding ging er veel mis toen wij met onze dienstverlening de buitenlandse markt op gingen. Onze buitenlandse activiteiten vergden toen zoveel aandacht van het management dat de binnenlandse activiteiten er ook onder gingen lijden. Maar met Interactive Report beschikken we met name allereerst in Nederland, België en Italië over een nieuwe troef.”

„De ontwikkeling van IR past

in onze filosofie dat onderzoek in meerdere landen met behulp van dezelfde technologie dient te worden uitgevoerd. Dit geldt in het bijzonder bij internationale onderzoeken waar onderlinge vergelijkbaarheid van gegevens tussen verschillende landen essentieel is. Het zal voor onze concurrenten niet eenvoudig zijn om Interactive Reporting snel na te volgen omdat zij dan hun hele organisatie moeten veranderen. Bij Inter/View hebben we voortdurend onze organisatie aangepast aan de door ons uitverkoren software inplaats van omgekeerd.”

De Hond zal straks weer meer tijd beschikbaar hebben voor Inter/View en niet langer twee keer per maand in de Verenigde Staten hoeven te verblijven. Hij treedt namelijk af als directeur van Headstart Technologies, het computerbedrijf dat in de VS en Nederland op een jaaromzet van meer dan honderd miljoen dollar kan bogen. Kortgeleden is deze assemblage- en handelsonderneming door Vendex aan Philips verkocht, voornamelijk omdat het kapitaalbeslag voor Vendex te groot dreigde te worden, aldus De Hond. Hij blijft wel als adviseur aan Vendex verbonden.