



Hugo Ehrnreich, sinds een jaar ceo van CXO-Cockpit.

CXO-Cockpit 'Driekwart van de bedrijven zit nog amateuristisch met Excel te knoeien'

Rutger Betlem

Zeventig bestuurders van grote bedrijven nemen dagelijks beslissingen met behulp van data van CXO-Cockpit. Dat moeten er straks tweehonderd zijn.

De bestuurders van Imtech verloren in 2013 het zicht op de balans. Eerder deze maand kwam de genadeslag. Het bedrijf ging failliet en werd in een recordtempo ontmanteld.

Of er sprake was van fraude of van zwak financieel beleid, daar wil de initiatiefnemer van CXO-Cockpit, Marcel Vlug (48), nu niet over speculeren. Zijn bedrijf geeft bestuursvoorzitters met een praktisch dashboard direct inzicht in de financiële situatie van hun onderneming.

Begin 2015 zat Vlug bij Imtech aan tafel voor een proefproject. De gesprekken werden toen over de vakantieperiode heen getild. Van een proefproject is het niet meer gekomen, want aan het eind van de zomer veranderde alles bij Imtech. De problemen van het installatiebedrijf in Duitsland en Polen stapelden zich op. Ook de boekhouding bleek aan alle kanten te rammelen. En dat laatste komt CXO-Cockpit vaker tegen.





FOTO: MARK HORN VOOR HET FINANCIËLE DAGBLAD

‘Driekwart van de bedrijven zit nog steeds te knoeien met Excel’, aldus Vlug. Er gaat niet alleen veel tijd verloren aan het programmeren en controleren van ingewikkelde tabellen, er gaat ook veel mis. ‘Het is amateuristische programmatuur voor een professioneel rapportagesysteem. Van de Excel-sheets heeft 88% tot 95% een foutje.’

Ook de rapportage van financiële basissystemen als SAP, Oracle en Tagetik gebeurt vaak op basis van Excel, legt Vlug uit. ‘Er wordt veel geïnvesteerd in zo’n systeem, maar de uiteindelijke rapportage is niet toegepast op de wensen van de onderneming.’ Hoewel deze pakketten dashboardtools hebben vergelijkbaar met die van CXO-Cockpit, vraagt het oproepen van deze data veel programmeerwerk, aldus de ondernemer.

CXO-Cockpit bouwt een laag om bestaande rapportagesystemen. Dit zorgt voor een eenduidige, financiële presentatie op tablet, pc of in print. ‘Iedereen maakt gebruik van dezelfde gegevens, dat voorkomt onnodige fouten.’

Het ontwikkelen van het systeem van CXO was veel ingewikkelder dan Vlug had gedacht. ‘Het dal was dieper dan ik had voorzien.’ In totaal stak de ondernemer, samen met een aantal kleine investeerders, € 1,7 mln in het bedrijf. In 2007 was er een werkend prototype. ‘Dat was net voor de crisis. We moesten op nul beginnen en toen ging de markt op z’n gat. Dat gaf een vertraging in de cashflow die we niet hadden verwacht.’

Maar Vlug zette door en rekent inmiddels AkzoNobel, Nationale-Nederlanden en beveiligingsbedrijf G4S tot zijn klantenkring. Zeventig cfo’s van grote bedrijven nemen dagelijks besluiten op basis van presentaties van CXO.

‘Iedereen kan gekke dingen uithalen met Excel. Je verliest daardoor je “single point of truth”’, aldus Hugo Ehrnreich

Start-ups vertellen...

Op deze pagina bieden ondernemers een kijkje in de keuken van hun jonge bedrijf. Vaak komen zij ook aan het woord in het programma Zakendoen Met van BNR Nieuwsradio.

De radio-rubriek Start-up Kitchen, onderdeel van Zakendoen Met, is elke maandag te beluisteren tussen 13.45 uur en 15.00 uur en terug te luisteren via www.bnr.nl.

(42), sinds een jaar ceo bij CXO-Cockpit. ‘Bij ons systeem is de controller weer 80% van zijn tijd bezig met analyse en niet, zoals bij Excel, met controle.’ Volgens het tweetal zorgt hun methode voor meer efficiency in de boardroom. ‘Het is geen generieke “business intelligence tool”, legt Ehrnreich uit. ‘We combineren kwantitatieve en kwalitatieve data: denk aan commentaar op de cijfers en de diepere oorzaak van bewegingen op de balans, zoals die te vinden zijn in het productiesysteem.’ Het dashboard met geaggregeerde data is vooral geschikt voor het hogere management. ‘Daar hebben we de meeste toegevoegde waarde.’

Hoewel CXO-Cockpit al een mooie klantenlijst heeft, gaat het Ehrnreich niet snel genoeg. Het gebrek aan concurrentie betekent dat het bedrijf actief op zoek moet naar afnemers. ‘Begon Oracle of SAP maar een vergelijkbare dienst’, verzucht Vlug. ‘Van zulke partijen gaat een enorme marketingpower uit.’

Behalve met onbekendheid heeft de onderneming ook te maken met een behoudende doelgroep. De software van CXO is klaar voor cloud-oplossingen, maar de klant wil er nog niet aan. Grote bedrijven zijn schuchter met nieuwe technieken. Een verkooptraject duurt al snel zes maanden. Ehrnreich begrijpt het wel. ‘De financiële wereld is om de juiste redenen een conservatieve doelgroep.’

In zijn eerste jaar als ceo richtte hij zich op het professionaliseren van de marketing en de verkoop. Nu gaat de start-up weer actief de markt op: groei is het doel. Allereerst in Noord-Europa en de Verenigde Staten, waar de onderneming door het hele land salesmensen heeft. Daarnaast wordt er gekeken naar partnerprogramma’s en wederverkopers. Tegen 2017 moet het klantenbestand gegroeid zijn tot tweehonderd bedrijven.

