

# Succesvolle SaaS-producten ontwikkelen.

Creër een geoliede machine van techniek,  
user experience en marketing

# Introductie.

De markt voor Software as a Service (SaaS) maakt wereldwijd een enorme groei door. Uit cijfers blijkt dat bedrijven die nieuwe software aanschaffen om hun bedrijfsprocessen te automatiseren, steeds vaker kiezen voor een SaaS-oplossing. In 2015 voorspelde onderzoeksbureau Forrester in zijn [rapport](#) 'Four Reasons CIO's Should Hedge Their SaaS Bets' dat de SaaS-markt in 2020 wereldwijd meer dan 130 miljard dollar waard zal zijn. Daarmee vormt het de grootste categorie van de wereldwijde softwaremarkt, waarvan de totale waarde op 597 miljard dollar wordt geschat.

## Online dienst versus eigen beheer

SaaS staat voor het leveren van software als een dienst via het internet. De gebruiker krijgt niet de beschikking over een fysiek product, maar koopt toegang tot het product zodat hij dat kan gebruiken. Dit staat haaks op het oude verkoopmodel van software, waarbij de gebruiker de producten in zijn beheer krijgt

en voor een vaste prijs of tegen licentiekosten kan gebruiken. De voordelen van SaaS schuilen vooral in het gebruikersgemak. De gebruiker hoeft zelf geen software meer te installeren, te updaten of te beheren. Bovendien betaalt hij voor het gebruik, zodat hij zijn abonnement af kan stemmen op zijn eigen verbruik.

## Gebruiker staat centraal

Deze voordelen passen volledig in het tijdperk waar we in leven, dat ook wel 'The age of the consumer' wordt genoemd. In deze periode staat de gebruiker centraal en moeten bedrijven zichzelf met een vaste regelmaat opnieuw uitvinden en nieuwe diensten ontwikkelen om hun klanten tevreden te houden. Technologie is het aangewezen middel om deze snelle innovatie mogelijk te maken. SaaS is hard op weg om het dominante model te worden om deze diensten online te leveren.

De grote adoptie van cloud computing en mobiele apps heeft consumenten, en inmiddels ook bedrijven, ruimschoots overtuigd van de meerwaarde van SaaS-producten. Veel CIO's hebben SaaS inmiddels ook omarmd als onderdeel van hun bedrijfsinfrastructuur. Het kostenmodel is immers flexibeler dan dat van traditionele software en de markt is volwassen genoeg voor zakelijk gebruik. Leveranciers zetten daarom hoog in op

het zo robuust, veilig en gebruiksvriendelijk mogelijk maken van hun SaaS-producten. Naarmate de vraag naar SaaS-producten toeneemt, groeit ook het aantal bedrijven dat zich op deze

De SaaS-markt is, naar verwachting,  
in 2020, 130 miljard dollar waard

markt begeeft – van ambitieuze start-ups met een briljant nieuw businessplan tot gevestigde organisaties die hun traditionele dienstverlening online willen ontsluiten. In alle gevallen is er overigens wel een softwareontwikkelaar met specifieke SaaS-ervaring nodig om een business concept om te vormen tot een werkend product. Dat moet dus een partij zijn die kennis heeft van SaaS-softwareontwikkeling en geavanceerde technologieën.

# Van businessplan naar SAAS.

Een succesvol SaaS-product is een geoliede machine van techniek, user experience en marketing. De gebruiker staat centraal en daarom moet van tevoren helder zijn wat de applicatie precies moet kunnen. De gebruiker moet bovendien verleid worden om de applicatie te gebruiken door hem of haar precies de functionaliteit aan te bieden die op dat moment nodig is. De gebruikerservaring is daarbij van cruciaal belang. Een traag reagerende applicatie of een onlogische gebruikersinterface is inmiddels onacceptabel geworden.

## Sweet spot

Het is geen eenvoudig proces om een businessplan naar een concreet SaaS-product te vertalen. Er moet goed bekeken worden waar precies de sweet spot zit van de diensten die je met het SaaS-product wilt gaan leveren. Je moet keuzes maken over de functionaliteit die je gaat ontwikkelen, welke onderdelen je zelf gaat maken en wat je aan derde partijen overlaat. Deze keuzes kunnen grote gevolgen hebben. Door kleine verschillen in een implementatie kun je vaak veel kosten besparen in de realisatie van de software. Het is belangrijk om over dit soort zaken te kunnen sparren met een ontwikkelaar met SaaS-expertise, die als externe partij vanuit een ander perspectief naar een project kijkt.

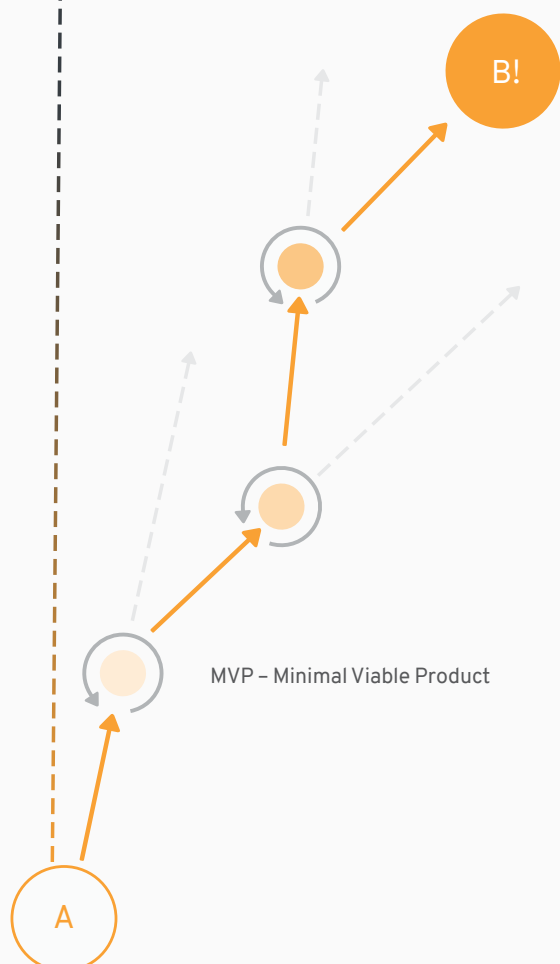
## Belangrijk voortraject

Hier speelt ook de vraag hoe het product uiteindelijk in de markt gezet gaat worden. Zijn er plannen voor toekomstige uitbreidingen van de software? Staan er samenwerkingsverbanden op het verlanglijstje, waar rekening mee gehouden moet worden? Uit deze evaluatie volgt een functioneel model waarmee het concept wordt vertaald naar een eerste versie van de software. Daarbovenop wordt een gebruikersinterface ontworpen, uiteraard met een sterke focus op user experience, maar ook marketing en conversie spelen hierbij een grote rol. Na dit belangrijke voortraject kan de daadwerkelijke ontwikkeling van het SaaS-product van start gaan.

B?

# Agile & Lean voor snelle resultaten.

Specifiek bij SaaS-softwareontwikkeling is Agile de aangewezen werkwijze om snel tot resultaten te komen. In zogeheten sprints van circa twee weken wordt steeds een vooraf bepaalde set aan functionaliteiten opgeleverd. Op die manier kunnen nieuwe inzichten tijdens het proces meegenomen worden in de verdere ontwikkeling van het product. Bovendien is er veel zicht op de voortgang van het project. Een bijkomend voordeel is dat een product vroeg in het proces met gebruikers gedeeld kan worden. Hierdoor krijgen de ontwikkelaars al in het beginstadium waardevolle feedback van eindgebruikers.



## Lean Startup

Naast Agile is het steeds gebruikelijker om software te ontwikkelen volgens de Lean Startup-filosofie, die uitstekend wordt beschreven in het gelijknamige boek van Eric Ries. In het kort houdt dit in dat er bij de ontwikkeling van een SaaS-product zo snel mogelijk wordt toegewerkt naar een minimum viable product (MVP), ofwel een product dat aan de minimale eisen voldoet om van meerwaarde te zijn voor de gebruiker. Door klein te beginnen en niet in één keer het volledige eindproduct te ontwikkelen, kan een product tegen een lagere investering eerder in de markt gezet worden. Het gevolg is dat gebruikers er eerder van kunnen profiteren en dat vroeg in de ontwikkeling duidelijk wordt of de beoogde bedrijfsdoelstellingen worden gehaald.

## Best-of-breed

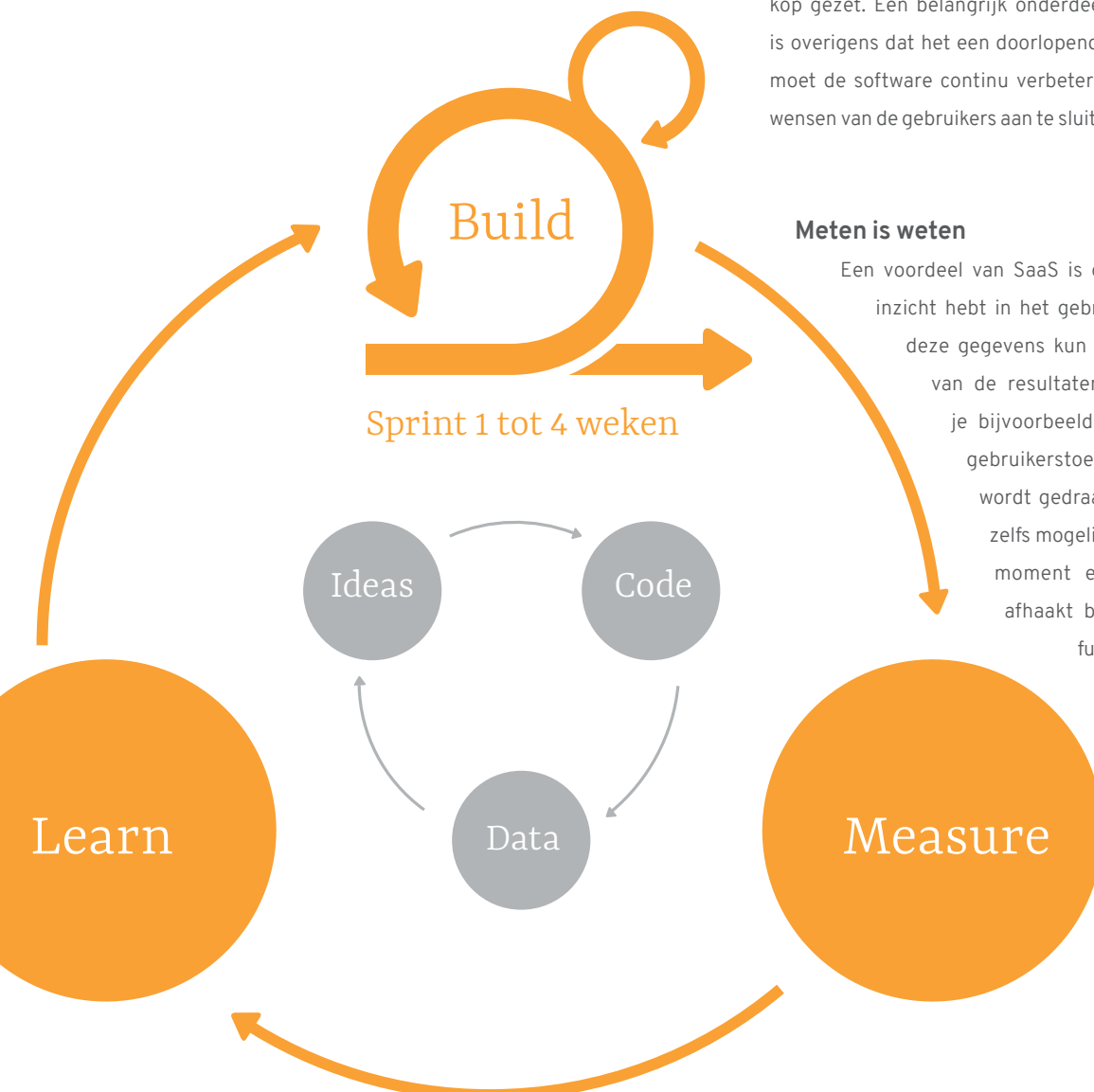
Essentieel bij het ontwikkelen van SaaS-producten is dat er zoveel mogelijk gebruik wordt gemaakt van standaard softwarecomponenten. Voor vrijwel elk onderdeel van een softwareproduct zijn best-of-breed oplossingen beschikbaar die zich ruimschoots bewezen hebben, en die door middel van open API's goed met elkaar te koppelen zijn. Door een nieuwe applicatie te bouwen op basis van vertrouwde componenten en in overeenstemming met alle best-practices, blijft het maatwerk beperkt en is er minder kans op compatibiliteitsproblemen.

# Focus op conversie & user experience.

SaaS is het aangewezen middel om nieuwe businessmodellen in de markt te zetten. In veel gevallen gaat het om een variatie op een bestaand verdienmodel, waarbij men het verschil wil maken door een online platformbenadering en een focus op het verbeteren van de klantbeleving.

## De markt verandert

Een treffend voorbeeld is [Uber](#), de succesvolle taxiapp waarmee gebruikers met een druk op de knop een taxi kunnen bestellen via hun smartphone. Je kunt ook gewoon een taxicentrale bellen, maar de gebruikerservaring is dan toch anders. Je moet mondeling je locatie communiceren en je hebt geen live-inzicht in de wachttijd. Doordat Uber deze dienstverlening heeft verpakt in een gebruiksvriendelijk SaaS-product en hiermee de taxicentrale omzeilt, heeft de organisatie effectief de hele taximarkt op haar kop gezet. Een belangrijk onderdeel van het leveren van SaaS is overigens dat het een doorlopend proces is. Een ontwikkelaar moet de software continu verbeteren en vernieuwen om op de wensen van de gebruikers aan te sluiten.



## Metten is weten

Een voordeel van SaaS is dat je als leverancier direct inzicht hebt in het gebruik van een applicatie. Met deze gegevens kun je KPI's definiëren op basis van de resultaten van de software. Zo kun je bijvoorbeeld precies monitoren wat de gebruikerstoename is of welke omzet er wordt gedraaid met de applicatie. Het is zelfs mogelijk om precies te zien op welk moment een gebruiker bijvoorbeeld afhaakt bij een registratie, of welke functies hij of zij niet goed kan vinden. Door op deze manier het succes van je SaaS-product te meten, kun je het product doorlopend verbeteren en kun je steeds beter klanten aan je binden.

# Anatomie van een goed SAAS product.

Er bestaan zoveel verschillende soorten SaaS-producten dat het lastig is om een vastomlijnde succesformule op te stellen. De technische mogelijkheden zijn vrijwel onbeperkt. Er zijn echter wel een aantal belangrijke elementen om te overwegen bij het opstellen van een businesscase voor een SaaS-product.

## Fysiek en online

De grote kracht van SaaS-producten is om de fysieke wereld met een online dienst te combineren. De eerder genoemde taxidienst Uber is daar een goed voorbeeld van. Er zijn ook bijvoorbeeld online betaalsystemen als [SimpleCard](#) die ervoor zorgen dat medewerkers zakelijke financiële transacties direct in de bedrijfssystemen registreren.

## Papier vervangen

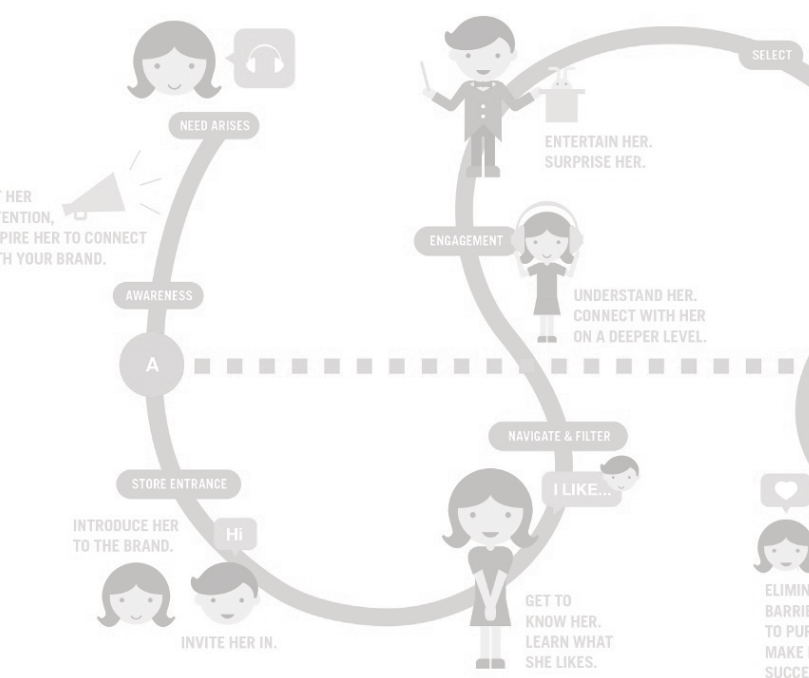
SaaS wordt in veel gevallen gebruikt om arbeidsintensieve en papiergedreven processen te vervangen door een volledig digitale werkwijze. Dit kunnen bedrijfsprocessen zijn, zoals een controleur die in plaats van een papieren checklist een mobiele app gebruikt om zijn bevindingen te noteren, maar ook een volwaardige dienst als [Ticketscript](#), die het verkopen van fysieke concertkaartjes vervangt door een volledig digitaal systeem.

## Processen automatiseren

Minder toegespitst op consumenten, maar daarom zeker niet minder relevant voor deze whitepaper, zijn SaaS-producten die voor bedrijven bedoeld zijn. Deze bedrijfsapplicaties zorgen ervoor dat gebruikers niet meer gebonden zijn aan een vaste werkplek, maar in principe vanaf elk apparaat hun werk kunnen doen. Dat is echter slechts wat er aan de voorkant gebeurt. Aan de achterkant worden deze SaaS-producten vaak ontwikkeld om belangrijke bedrijfsprocessen te automatiseren. Je kunt hierbij denken aan een ziekenhuis dat het plannen van werkroosters automatiseert door regelgeving, beschikbaarheid en competenties van werknemers in een digitaal systeem bij elkaar te brengen. Met dit soort applicaties kan een bedrijf heel veel tijd besparen op uiterst belangrijke, maar vaak ook nog uiterst inefficiënte bedrijfsprocessen.

## Oplossingen op maat

Al deze SaaS-voorbeelden hebben met elkaar gemeen dat ze op maat zijn gemaakt voor hun gebruiksdoel. Het zijn oplossingen voor een specifieke markt die niet standaard te vinden zijn in bestaande ERP- of CRM-oplossingen. Ze ontleen hun meerwaarde aan het feit dat ze uniek zijn en zijn ontwikkeld om als dienst via het web geleverd te worden. Het komt overigens met enige regelmaat voor dat organisaties een SaaS-applicatie ontwikkelen voor intern gebruik, die uiteindelijk zo succesvol blijkt te zijn dat branchegenoten haar als dienst willen afnemen. Hierdoor kan een traditioneel bedrijf een exponentieel groeiende SaaS-leverancier worden, zonder dat dit een vooropgesteld plan was.



# Vind de juiste ontwikkelpartner.

Bij elk softwareproject is het van belang om de ontwikkelpartner te vinden die het beste aansluit bij de beoogde doelstellingen. Een veel voorkomende denkfout bij het ontwikkelen van een SaaS-applicatie is dat men vergeet dat het om een 'product' gaat. Er zijn talloze softwareontwikkelaars in de wereld, die soms technisch zeer hoogstaande software kunnen opleveren. Maar hebben ze ook ervaring met het maken van producten voor normale gebruikers?

Ook wordt soms gedacht dat een SaaS-product niet veel meer is dan een mooie responsive website die als front-end dient voor een bedrijfsapplicatie. Front-end development is echter slechts een onderdeel van SaaS, net als de techniek erachter. Het gaat om het complete plaatje van techniek, usability, design, marketing en conversie. Daarbij speelt schaalbaarheid naar de toekomst een essentiële rol. Je wilt immers niet dat een succesvol SaaS-product bijvoorbeeld qua gebruikersaantallen tegen de technische grenzen aanloopt en daarom opnieuw gebouwd moet worden.

Ten slotte is het van belang om een partner te kiezen die kennis en ervaring heeft in de branche waarvoor het SaaS-product wordt ontwikkeld. Een partij die zich heeft verdiept in de klant en snapt hoe zijn markt in elkaar zit. Hierdoor kan er zowel inhoudelijk als bedrijfsstrategisch geadviseerd en overlegd worden, om zo de juiste keuzes te maken tijdens het project. De focus moet liggen op het ontwikkelen van een succesvol SaaS-product, omdat dit op de lange termijn zowel voor de leverancier als de ontwikkelaar de meeste voordelen heeft.

“Ik nodig u van harte uit voor een vrijblijvend adviesgesprek over de beste aanpak van de ontwikkeling van uw software.”



Yvo Gortemaker  
CEO GlobalOrange

yvo.gortemaker@globalorange.nl  
+31(0)6 2497 5320

## GlobalOrange.

Met gevoel voor business, top-expertise in technologie en user experience ontwikkelt GlobalOrange gebruiksvriendelijke software applicaties met een grote technische complexiteit. De integratie van best of breed oplossingen en de nieuwste technieken staan hierbij centraal, aangevuld met een transparante werkwijze. Zo ontwikkelt GlobalOrange innovatieve en toekomstvaste oplossingen die een wezenlijke bijdrage leveren aan het onderscheidend vermogen van start-ups, scale-ups en grotere bedrijven. GlobalOrange won in 2016 voor het vijfde jaar op rij een FD Gazellen Award en is sinds 2012 opgenomen in de Deloitte Fast50. Daarnaast werd GlobalOrange door het NRC in 2015 en 2016 en 2017 uitgeroepen tot één van de tien beste werkgevers van Nederland. [Voor meer informatie: www.globalorange.nl](http://www.globalorange.nl)