

PIETER JANSSENS LEIDT IO

‘Ik word meer en meer een evangelist’

Pieter Janssens maakte van iO (voordien Intractoe) de afgetekende marktleider in de Benelux in communicatie en digitale transformatie. Na een enorme groeispurt telt het 1.800 medewerkers in de Lage Landen. Nu is Janssens bezig een explosie van overnames te integreren en uit te breiden naar Scandinavië. **STIJN FOCKEDEV, FOTOGRAFIE DEBBY TERMONIA**

DE MENS

Pieter Janssens (38) mag dan niet uit een ondernemersgeslacht komen, zijn ouders hebben wel altijd gehamerd op zelfredzaamheid. En dat is duidelijk te merken in zijn carrière. Op zijn zestiende volgde Janssens een cursus html, om websites te kunnen maken. Na wat hobbyprojecten besloot hij rond zijn twintigste er een bijverdienste van te maken, met eenvoudige websites voor kleine zelfstandigen. Zijn eenmansbedrijfje Intracto kon de vraag al snel niet meer volgen. Na drie maanden volgde al een eerste aanwerving en huurde hij een kantoor tegenover de hogeschool. Twee jaar later had hij al acht medewerkers en stopte Janssens met zijn hogere studie om zich op zijn snelgroeende bedrijf te richten.

“Ik was niet zo technisch onderlegd en dat bleek net een kracht”, zegt Janssens. “Daardoor was ik vooral geïnteresseerd in de boodschap die de site moest overbrengen aan de bezoeker, en hoe die

moest renderen. Dat doel kun je veel ruimer invullen, en daarom kwamen er naast websites bouwen ook snel internetmarketing – je moet nu eenmaal bezoekers aantrekken – en later nog diensten bij. Websites waren voor mij in de eerste plaats een middel om toegevoegde waarde te genereren voor de klanten. Het wordt nu nog



‘Juridisch en organisatorisch is de integratie van de overgenomen bedrijven een hell of a job’

meer dan ooit een kwestie van slim data te gebruiken, en ik wil dat ook intern in heel onze organisatie stimuleren. Ook een creatieve medewerker, zoals een copywriter, heeft er veel baat bij om *data savvy* te worden.”

“Mijn werkdag begin ik met dashboards door te nemen. Zo heb ik onmiddellijk zicht op de belangrijkste financiële en operationele para-

eters, nog een restant van mijn opleiding als boekhouder. Ik houd ervan in te zoomen en in een vergadering in detail mee een proces te helpen optimaliseren, maar ik moet nu vooral helikopteren. Ondertussen is het bedrijf een echt grote organisatie geworden. Bij de opstart was dat niet mijn ambitie. De groei van iO is eigenlijk het gevolg van een fundamentele vraag die we voortdurend stellen: hoe zorgen we ervoor dat we over zes à zeven jaar nog een relevante partner zijn voor onze klanten? Daarvoor moesten we evolueren naar een totaalaanbod. Want ik ben wel ambitieus, ik wil iets bouwen en mensen samenbrengen.”

DE MANAGER

Janssens moet een enorme transformatie managen. Zijn uit de kluiten gewassen websitebouwer en digitale marketeer van 25 miljoen euro had al overnames gedaan vóór 2019, maar daarna volgde een echte explosie. In dat jaar stapte het investeringsfonds Waterland in als financiële partner. Sindsdien volgden al meer dan dertig overnames, eerst vooral in de Benelux maar sinds het afgelopen jaar ligt de focus meer op Scandinavië. Tegelijk werkte Janssens aan een doorgedreven integratie in de Benelux. Het voorbije jaar smeedde hij hier meer dan dertig overgenomen bedrijven samen tot één onderneming met 1.800 medewerkers, met gemeenschappelijke kantoren en back-endsoftware, en onder de nieuwe merknaam iO. “Juridisch en organisatorisch is het een *hell of a job*”, zegt Janssens. “Dit was veel meer dan een rebranding. Het was altijd al de bedoeling in de Benelux één groot bedrijf met één bedrijfscultuur te worden. We hebben het stapsgewijs gedaan en we zitten nu in de



eindfase. Het samenbrengen van onze collega’s tot één team onderschrijft ook onze commerciële strategie. Een eengemaakte en grote organisatie kan gemakkelijker alle profielen inzetten, van ontwikkelaars en marketeers tot copywriters en privacy specialisten. Dat wordt belangrijker, om de juiste en begeerde klanten binnen te halen. iO zal de komende jaren bijvoorbeeld voor de federale overheid (herwerking van Bel-

gium.be/WEG) en de Nationale Loterij werken. We hadden dat nooit gekund als we een netwerk van bedrijven waren gebleven.” “We kunnen nu maximaal profiteren van ons versterkte aanbod en de schaalvoordelen, maar 2023 wordt ook voor ons uitdagend. Dit is een peoplebusiness, en in januari stijgen onze loonkosten met 10 procent door de indexaanpassing. Maar dat zal ons niet afleiden van onze langetermijndoelen en onze

IO IN CIJFERS

IN MILJOEN EURO	2021	2020	2019
Bedrijfsopbrengst	208	94	61
Omzet	202	91	59,5
Ebit	37	19	14
Balanstotaal	392	302	190
Eigen vermogen	65	63	43
Solvabiliteit	16%	21%	23%
Medewerkers	1.521	685	598

Bron: iO

200

AANWERVINGEN

deed iO netto in de voorbije twaalf maanden.

groeiambitie. In de Benelux ligt de klemtoon vooral op organische groei, we groeien er nog altijd met dubbele cijfers. De voorbije twaalf maanden namen we ook netto 200 nieuwe medewerkers in dienst. Onze Scandinavische activiteiten zullen we vooral uitbreiden met overnames.”

“Voor mij is het wel een aanpassing. Ik word meer en meer een evangelist die afstand moet nemen van de dagelijkse business. Gelukkig heb ik een goed managementteam rondom mij om de snelle groei en de transformatie van de organisatie te bolwerken.”

HET BEDRIJF

IO draait een omzet van 270 miljoen euro met een totaalaanbod in diensten en expertise voor communicatie. Het heeft zijn roots in Intracto, de Antwerpse websitebouwer die Pieter Janssens in 2005 opstartte. IO heeft de ambitie om tegen 2024 een van de belangrijkste spelers te zijn in communicatie (digitaal, websites, printreclame...) in Noordwest-Europa. Voor die expansie trok het in 2019 het private-equityfonds Waterland aan. IO is al de marktleider in de Benelux, is nu bezig met een snelle expansie in Scandinavië en kijkt naar Duitsland. De groep telt nu 2.200 medewerkers. **1**