



Trends

Trends

Date: 28-11-2019

Page: 32-34 in Start Uppgids

Periodicity: Weekly

Journalist: -

Circulation: 65 821

Audience: 256 154

Size: 1 492 cm²

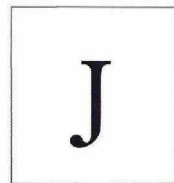


E-COMMERCE

JULIET ANAMMAH IS DE CEO VAN JUMIA NIGERIA 'DE VIERDE INDUSTRIËLE REVOLUTIE MOGEN WE NIET MISSEN'

Sinds 12 april is het Nigeriaanse Jumia het eerste techgroeibedrijf uit Afrika met een notering op de New York Stock Exchange. Juliet Anammah, de CEO van Jumia Nigeria, praat over het Afrikaanse antwoord op Amazon en Alibaba.

• BENNY DEBRUYNE
IN LAGOS



Jumia Technologies AG luidt de officiële naam van de start-up die in 2012 werd opgericht in de Nigeriaanse metropool Lagos door Jeremy Hodara en Sacha Poignonnec. In 2015 werd Juliet Anammah de CEO van Jumia Nigeria, het thuisland en veruit de grootste markt van het bedrijf. Zelf houden de twee oprichters en CEO's van Jumia Group, het bedrijf boven de verschillende landen, zich bezig met de strategische beslissingen en niet meer met operationele taken. Het West-Afrikaanse Nigeria is met goed 180 miljoen inwoners – de prognose is dat de bevolking stijgt tot 400 miljoen in 2050 – de grootste markt op het Afrikaanse continent, ver voor Ethiopië dat 100 miljoen inwoners telt. Met zijn 21 miljoen officiële inwoners is Lagos dan wel niet de hoofdstad, maar wel het economische hart van het land. De stad aan een lagune gaat prat op een van de meest succesvolle ecosystemen voor start-ups in Afrika. Voor de zomer was er onder leiding van de netwerkorganisatie Startups.be/Scale-ups.eu en de sociale onderneming Close The Gap nog een Belgische start-updelegatie op bezoek in Lagos. Tot de aandeelhouders van Jumia behoren onder meer AXA, Orange, MTN, Rocket Internet, Goldman Sachs en sinds dit jaar ook Pernod Ricard. Op basis van de kapitaalronde van 2016 werd het bedrijf gewaardeerd op 1 miljard dollar, wat van het bedrijf een eenhoorn maakte. Dat is start-upjargon voor een niet beursgenoteerde start-up dat een miljard dollar waard is. Om

te kunnen groeien in de beginjaren, moest Jumia de e-commerce zowat uitvinden in Afrika door handelaars en consumenten te overtuigen van de voordelen. "Het e-commerceplatform had drie doelen. Nieuwe diensten aanbieden, kmo's helpen te groeien door de Afrikaanse economie te digitaliseren en voor duurzame impact zorgen door banen te creëren en een generatie het heft in eigen handen te laten nemen", zegt Juliet Anammah, de CEO van Jumia Nigeria. "Centraal staat de marktplaats. Daarrond heeft Jumia logistieke diensten ontwikkeld. Door ook JumiaPay te ontwikkelen, vergemakkelijken we de betaling. We creëren een arena waar klanten en bedrijven handel kunnen drijven, en zorgen er daarbij

voor dat kleine ondernemers in ons systeem worden geïntegreerd." Het bedrijf maakte snel grote sprongen en is nu actief in 14 Afrikaanse landen, goed voor 700 miljoen mensen. Op de marktplaats bieden meer dan 81.000 verkopers hun producten aan. Miljoenen klanten kregen hun bestellingen thuis geleverd, vaak op een brommertje met het herkenbare

Jumia-logo. Op Jumia kun je smartphones kopen, modeartikelen, boodschappen, maar evengoed een vlucht boeken en een pizza bestellen en laten leveren. De meer dan 5000 werknemers van Jumia leiden dat in goede banen. Duizend van hen worden aangestuurd door Juliet Anammah.

Jumia is een Afrikaans succes. Kunt u enkele verhalen delen uit de beginjaren, toen het nog niet duidelijk was dat Jumia een succes zou worden?

JULIET ANAMMAH. "De uitdaging in het begin was

"WE KUNNEN SNELLER LEVEREN AAN ONZE KLANTEN DAN ALIBABA EN BIEDEN HUN MEERDERE BETAALOPLOSSINGEN AAN"



barrières neer te halen. Vertrouwen krijgen is zo'n barrière, want we vroegen mensen die nog nooit online hadden gewinkeld om online te shoppen. We moesten manieren zoeken om mensen aan te moedigen het eens uit te proberen. We moesten er ook voor zorgen dat mensen konden betalen bij de levering. Een logistiek systeem opzetten is ook een uitdaging. Dat is zoveel makkelijker in de Verenigde Staten bijvoorbeeld. Amazon tekent één contract met UPS of USPS (Amerikaanse pakjesleveranciers, nvdr) en het is in orde. Ze kunnen achterover leunen en zich concentreren op het e-commerce deel zonder zich te bekommeren om de logistiek. Hier werkt het zo niet. We moeten tegelijk een logistiek netwerk opzetten, investeren in systemen, verkopers en logistieke partners overtuigen en trainen. Zij kennen de standaard niet waaraan e-commerceleveringen moeten beantwoorden. Het is niet goed dat ze een pakje leveren na vier dagen, als ze beloofd hebben het binnen twee dagen te leveren. Dat soort uitdagingen heb je als je een nieuwe markt creëert."

Was er toen al veel vraag van verkopers voor uw platform?

ANAMMAH. "Nee, natuurlijk niet. We moesten hen een heel sterke waardepropositie bieden. Eerst begonnen we met kopen, want verkopers begrepen het idee van een marktplaats niet. We moesten zelf de items kopen en ze dan verkopen op het platform. Het is geen duurzame strategie om eerst alles te kopen wat je verkoopt. De verkopers zagen dat we die producten doorverkochten, en hen betaalden. Nu gaan we over van alles van hen kopen, naar de verkopers die hun producten aanbieden via ons platform. Dat vroeg heel veel vorming."

Waar kwam het idee vandaan? Wou u echt een Amazon bouwen?

ANAMMAH. "Zeker. Er was een e-commerceplaybook met beste praktijken van Amazon en Alibaba. Wat wij probeerden te doen was het aan te passen en relevant te maken voor Afrika."

Kunt u wel opboksen tegen het Chinese Alibaba?

ANAMMAH. "We kunnen sneller leveren aan onze klanten en bieden hun meerdere betaaloplossingen

aan. We hebben magazijnen, met diensten voor verkopers. Ze hebben de mogelijkheid er hun waren op te slaan. Wij zijn verantwoordelijk voor producten die worden teruggestuurd. We hebben strategische partnerschappen met fabrikanten. De laatste kilometer van de levering zal nog altijd achterop een fiets of een driewieler gebeuren."

U heeft veel softwareontwikkelaars nodig. Was het moeilijk om mensen met de juiste vaardigheden te vinden?

ANAMMAH. "Ja. Mensen met vaardigheden zijn altijd moeilijk te vinden, zeker in e-commerce. De ►►►

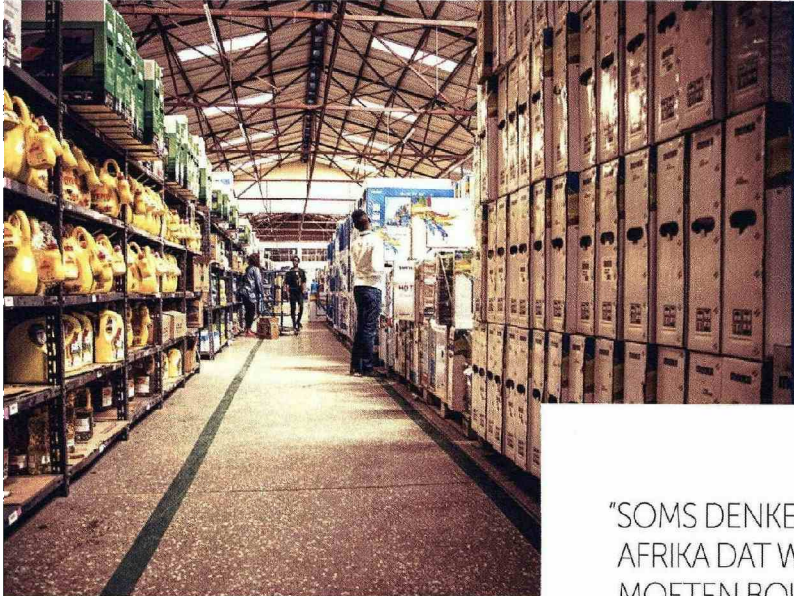
JUMIA

- 2012 Oprichting Jumia in Lagos
- 2013 Uitbreiding naar Kenia en Ivoorkust. Lancering van JumiaFood & JumiaTravel
- 2015 1 miljoen klanten in zeven landen
- 2016 Uitbreiding naar meer landen. Grote kapitaalronde maakt van Jumia een eenhoorn met een waardering van meer dan een miljard dollar
- 2017 Introductie JumiaPay om veilig te betalen op de onlinemarktplaats
- 2018 Lancering JumiaOne, een app met alle digitale diensten van het bedrijf
- 2019 Haalt via beursgang (NYSE) op 12 april 196 miljoen dollar op.
Op 4 november bedroeg de koers 6,56 dollar



JUMIA

JUMIA MOEST DE E-COMMERCE
ZOWAT UITVINDEN IN AFRIKA.



technologische verandering in e-commerce gaat zo snel. Je kunt geen kant-en-klare technologie van het schap nemen, maar je moet je eigen tools en systemen intern ontwikkelen. We hebben een techcentrum in Porto, in Portugal, waar de complexe zaken worden ontwikkeld. Er werken zo'n tweehonderd mensen. Daar gebeurt het grootste deel van de ontwikkeling. In de landen waar we actief zijn, hebben we teams die deze systemen kunnen opzetten, testen en eerstelijnsondersteuning bieden."

U bent een rolmodel voor veel Afrikaanse ondernemers, samen met de mensen van Andela, een succesvolle start-up uit Nigeria die westerse bedrijven koppelt aan talentvolle softwareontwikkelaars uit Afrika. Voelt u de druk?

ANAMMAH. "Er is altijd druk in een markt die je nog aan het creëren bent. Het is niet als een nieuwe bank opstarten. Bankieren is al 200 of 300 jaar oud, sinds de Nederlanders ermee begonnen. Het gaat om iets nieuws, en nieuw op dit continent. De druk bestaat meer uit ervoor zorgen dat we dit doen op een manier die relevant is voor de omgeving, eerder dat dan terugkijken en zeggen 'ik ben een rolmodel'."

"SOMS DENKEN WE IN AFRIKA DAT WE IETS NIEUWS MOETEN BOUWEN, MAAR MISSCHIEF MOETEN WE EERST WAT ER IS OP EEN MEER EFFICIËNTE MANIER GEBRUIKEN"



JULIET ANAMMAHA
"IK ZOU GRAAG MEER AFRIKAANSE SUCCESSEN ZIEN, NIET ALLEEN IN E-COMMERCE, MAAR OOK IN ONDERWIJS EN GEZONDHEIDSZORG."

Wat interessant is om te zien, is dat vrouwen de leiding nemen in Nigeria.

ANAMMAH. "In tech is dat inderdaad zo. Ook Andela heeft een vrouwelijke CEO. Zij en ik zaten vroeger bij hetzelfde bedrijf, Accenture."

Die succesverhalen over technologie in Afrika zijn iets van de jongste jaren, niet?

ANAMMAH. "Ja. Ik zou er graag meer zien, niet alleen in e-commerce, maar ook in onderwijs en gezondheidszorg. We hebben nog niet de nodige ziekenhuizen, maar misschien kan technologie de bestaande ziekenhuizen efficiënter maken. Patiënt en dokter op een meer efficiënte manier koppelen door technologie. Dat alleen al kan veel waarde creëren, zonder meteen nieuwe ziekenhuizen te bouwen. Soms denken we in Afrika dat we iets nieuws moeten bouwen, maar misschien moeten we eerst wat er is op een meer efficiënte manier gebruiken. Dan kun je daar later meer aan toevoegen. Afrika heeft elke industriële revolutie gemist. Deze vierde industriële revolutie mogen we absoluut niet missen. De digitalisering is een kans om onze achterstand in te halen." ☺