

*Ik vind het een voorrecht om het huidige tijdsbeeld mee te mogen maken. Na het tijdperk van de Personal Computer wordt op dit moment het begrip computer in de consumentenmarkt volledig opnieuw gedefinieerd. De marketeers zijn er al volledig van doordrongen. Nu de IT'ers nog.*



# Geen ontkomen meer aan

Ik heb getwijfeld tussen deze titel en de titel 'iPod, iPhone, iPad, iEverything'. Maar ik wil de Microsoft-adepten niet meteen afschrikken. Laat ik beginnen met de verwijzing naar de 'Stanford 2005 Commencement Address'. De inmiddels wereldberoemde speech van Steve Jobs bij het afstuderen van de 2005 lichting van Stanford University. Voor hen die hem nooit eerder hebben gezien nu meteen even kijken op YouTube. Deze vijftien minuten durende speech is één van de meest inspirerende lezingen die ik ken. Als Jobs terugkijkt beseft hij schuldbeust dat hij met zijn studie al het geld er doorheen heeft gedraaid dat zijn adoptieouders in hun hele leven hebben verdiend. En dat hij er vervolgens toch voor koos om de studie niet af te maken. Doodeenvoudig omdat zijn hart daar niet lag. En dat kenmerkt zijn hele leven: 'Follow your heart'. Vervolgens besluit hij als dropout op de universiteit - en daardoor bevrijd van elke mentale druk - om kalligrafielessen te gaan volgen. De studie van de schoonheid van het geschrift. In Jobs' woorden: 'Beautiful, historical, artistically subtle in a way science can't capture'.

Als je een Marketing Professional tegenwoordig vraagt onder woorden te brengen wat Apple-producten onderscheidt van andere producten is het precies het ongrijpbare wat het verschil maakt. Alles klopt. Alles is intuïtief. Alles imiteert de fysieke wereld. Een draaischijf, bijvoorbeeld om een kalender in te stellen, krijgt de look en feel van een rolodex. En draait nog even na nadat je hem met je vinger een zwiep hebt gegeven. Ik vind het fascinerend om te zien hoe Apple een bedrijf heeft weten op te bouwen dat zo sterk de genen heeft van zijn oprichter, dat je er het karakter van Steve Jobs in terugziet.

En nu kunnen we vaststellen dat deze filosofie op het gebruik van computers de wereld echt aan het veranderen is. Onlangs zag ik een nieuwsitem waarin Mediamarkt aangaf geen doelgroep te kunnen aanwijzen in zijn marketing voor de tablet-PC's. De nieuwe iPad wordt door iedereen gekocht: yppen, maar ook door senioren die van hun oude dag genieten. En dat is te merken. Het begrip 'App' wordt gemeengoed in de consumentenmarkt. Als we kijken naar onze eigen klantenkring, met name de grote bedrijven, dan zien we dat zelfs verzekeraars, lange tijd redelijk conser-

vatieve bedrijven, apps lanceren waarmee bepaalde diensten volledig naar de consument worden gebracht. Foto uploaden naar de verzekeraar na een aanrijding en als antwoord terug een lijst met schadeherstellers in de omgeving. Of advies over je bezoek aan een huisarts of specialist of een app met alle relevante telefoonnummers voor zorghulp als je op reis bent. Noem maar op.

IT-wise betekent dit dat er twee werelden ontstaan richting consument: de specifieke app, in de taal voor het betreffende platform en de webapplicaties. Ik denk daarbij dat qua app-platformen de kaarten wel geschud zijn: iOS, het platform op alle Apple apparaten en Android voor de rest van de wereld. Voor de software ontwikkelende Oracle-community betekent dat dus: kennis maken met het nieuwe platform (apps zijn immers eigenlijk weer kleine dedicated clientapplicaties) of webapplicaties maken die exact dezelfde look en feel hebben als de specifieke apps voor het betreffende platform.

Mocht het nu een grote stap lijken om zo'n nieuw platform onder de knie te krijgen...da's een misvatting. Puck Meerburg (10 jaar) heeft een Tafeltrainer voor de iPhone ontwikkeld, te downloaden in de iStore en inmiddels wereldwijd beschikbaar in vele talen. Nu is Puck vast bovengemiddeld clever, maar toch. Het begint allemaal met een kijkje op [developer.apple.com](http://developer.apple.com).

Willen we gewoon webapplicaties maken met Oracle producten in de look en feel van Apple apps, dan volstaat ADF Mobile en kennis van de 'iOS Human Interface Guidelines'. Whitepapers over ADF Mobile staan al ruim twee jaar op OTN en de Human Interface Guidelines zijn uiteraard te downloaden van de genoemde Apple Developer site.

*Kortom: aan de slag! We wachten nog op de Killer App.*

**Harold Gerritsen is directeur van A New Link bv, een bureau dat bedrijven adviseert, traint en coacht op het snijvlak van Oracle en Business. Daarnaast is hij ook zelf deeltijds actief 'in het veld', in de rol van Enterprise Architect. Hij is te bereiken via [harold.gerritsen@anewlink.nl](mailto:harold.gerritsen@anewlink.nl).**