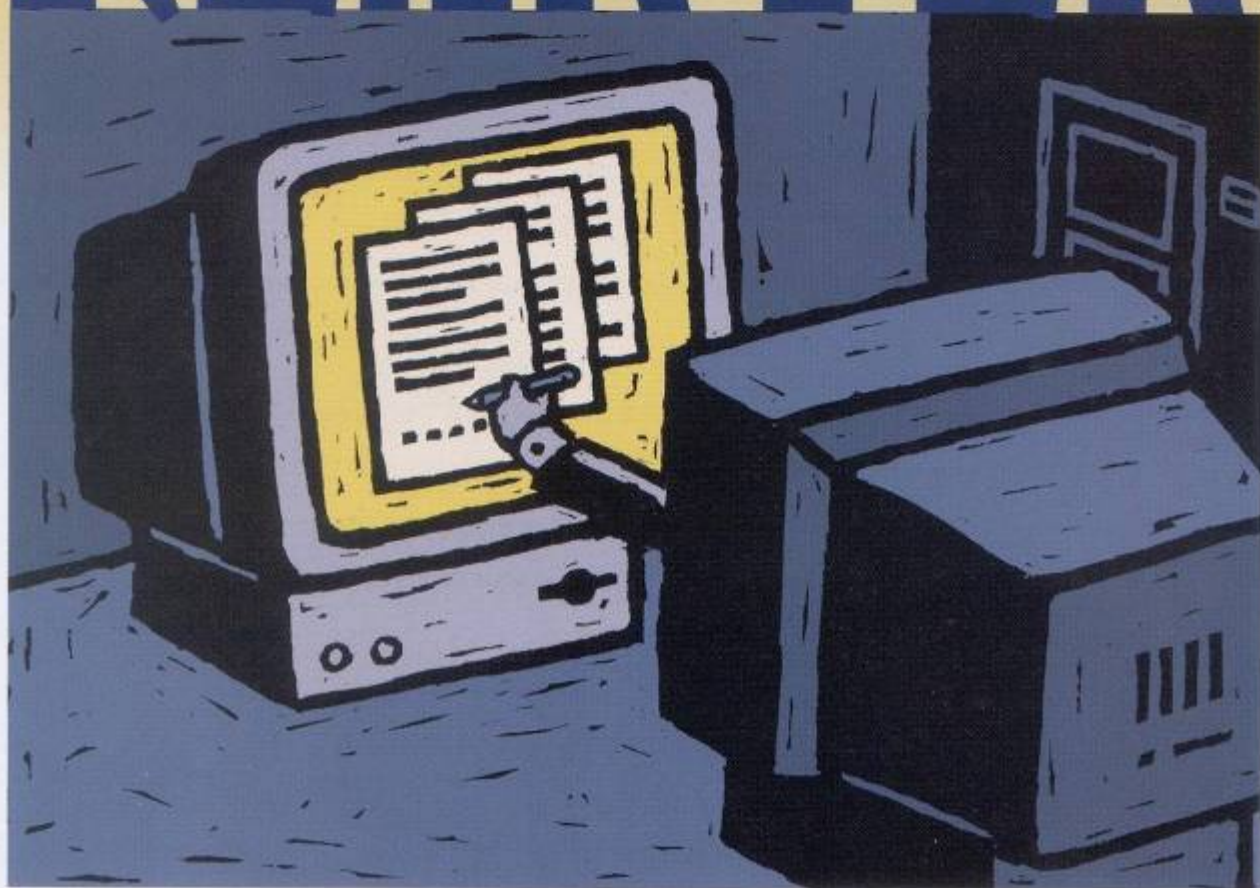


DICHTER

BIJ UW

DOMINIQUE DECKMYN

KLANTEN



Een extranet – u mag het ook een *partner portal* noemen – kan de drempel tussen u en uw klanten en leveranciers verlagen. En het kan zelfs het lanceerplatform worden voor totaal nieuwe vormen van dienstverlening.

HET IDEE IS AL ENKELE JAREN OUD: internettechnologie gebruiken voor communicatie met leveranciers en klanten. In de tweede helft van de jaren '90 doken ongeveer gelijktijdig twee begrippen op: intranet en extranet. Het intranet gebruikte de webtechnologie voor interne communicatiedoelinden, binnen de *firewall*. Het extranet gebruikte dezelfde technologie, maar reikte buiten de *firewall*. Dat bleek een stuk moeilijker. Ondertussen lijkt de tijd voor extranetten gekomen. De onderliggende technologie – webbrowsers en HTML – is ondertussen algemeen ingeburgerd. Bedrijven aarzelen weliswaar nog om grote IT-projecten te beginnen, maar bescheiden projecten maken nu weer kans.

Eric Sels, associate partner bij IBM Global Services. "Het hele extranetgebeuren is absoluut niet verdwenen, maar teruggebracht tot zijn juiste proporties. De meeste bedrijven, en zeker de hele grote, zijn op één of andere manier met een extranet bezig." Al heeft het ondertussen vaak wel een andere naam gekregen. Bij The Reference, bijvoorbeeld, verkiest men varianten van de term *portal*. Een extranet is dan ofwel een *customer portal*, een *supplier portal* of meer algemeen een *partner portal*.

"De markt heeft twee jaar stilgelegen", constateert **Yves Heylen**, sales & marketing manager van de Kontichse integrator Cronos. "De projecten die er nu weer zijn, hebben heel vaak te maken met het gebruik van webtechnologie om de communicatie tussen een bedrijf en zijn partners te bevorderen."

En dat is eigenlijk nieuw. In de beginjaren waren extranetprojecten vaak gericht op verkoop – vanuit de verwachting dat er meer zou worden verkocht als er een nieuw verkoopskanaal werd toegevoegd. Vandaar de grote aandacht voor on line transacties. In andere gevallen was het de bedoeling om kosten te besparen: als de klant zichzelf helpt via het extranet, wordt de klantendienst ontlast. Maar zo werkt het dus niet, en wie vandaag met een extranet begint, legt het anders aan boord. Beter dienstverlening staat nu voorop. **Anja Cappelle**, sales en marketing manager bij The Reference: "Veel van de extra-

nettoepassingen die we nu zien, staan in het teken van *customer service*: wat kunnen we doen voor de klant, zodat hij bij ons blijft?" De centrale vraag is 'what's in it for me?', zegt Anja Cappelle. "Je moet de partner een reden geven om het systeem te gebruiken. Dat kan een geldelijk voordeel zijn – banken kennen bijvoorbeeld een korting toe voor transacties die via het e-banking systeem gebeuren. Maar het kunnen ook goederen zijn die sneller geleverd worden, of een snelle toegang tot de juiste persoon."

EVOLUTIE VAN HET EXTRANET

Aanvankelijk – in de late jaren '90 – werden extranetten vooral gebruikt om informatie naar de klant te brengen. Bijvoorbeeld technische gegevens over de geleverde producten. In een volgende fase werden via het extranet ook transacties uitgevoerd. Met name bestellingen. Bedrijven die door deze twee fases zijn gegaan, denken of werken nu aan de volgende stap: on line samenwerking.

Uiteraard is deze evolutie niet in alle industriesegmenten gelijk verlopen. In de auto-industrie, bijvoorbeeld, zijn extranetten al lang ingeburgerd. Je hebt er grote, kapitaalkrachtige fabrikanen die moeten communiceren met een complex netwerk van toeleveranciers. En aan de andere kant van diezelfde keten zit een netwerk van autodealers die een steeds grotere vrijheid hebben om andere merken te verkopen, en die de fabrikant dus op nieuwe manieren aan zich wil binden. BMW, bijvoorbeeld, gebruikt zijn extranet om samen met zijn toeleveranciers nieuwe

onderdelen voor zijn auto's te ontwerpen en de productie ervan te plannen – *product life-cycle management*, in het jargon. En Toyota bouwde voor zijn dealers in België een portaal waar ze allerhande informatie kunnen vinden en accessoires kunnen bestellen (zie case study op blz. 45). De meeste fabrikanten in deze sector doen iets gelijkaardigs.

Ook distributeurs, die van computerapparatuur op kop, bouwen extranetten voor hun dealers. Voor de dealer is het een efficiënte manier om zijn voorraad van belangrijke producten op peil te houden. Voor de distributeur is het een dienstverlening aan de dealer, maar ook steeds vaker een kanaal om die dealer te informeren, bijvoorbeeld over marketingacties, of om enquêtes te houden.

ZICH ONDERSCHIEDEN

In andere sectoren zijn extranetten doorgaans minder verspreid. Maar juist daarom zijn er heel wat opportuniteiten om zich van zijn concurrenten te onderscheiden. Zonder dat er noodzakelijkerwijs enorme investeringen nodig zijn.

Jean Van Buggenhout, head of quality management bij vastgoedbedrijf Cofinimmo, zag in een extranet een bijkomend kanaal naar de klant (zie case study op blz. 47). "Wij willen onze klanten beter bedienen. Transparant zijn voor

WAT KOST HET?

Wat kost een extranet? Reken alvast 2.000 dollar voor een behoorlijke server. De software kan in principe open-source zijn en dus (bijna) gratis. "Met 50 mandagen kun je al mooie dingen doen", zegt Anja Cappelle van The Reference. Daar kan al een beetje integratie met interne systemen bij komen kijken. Zo komt u aan een budget van ruim 30.000 euro. Cappelle: "Meestal adviseren wij een gefaseerde aanpak, waarbij je eerst de dingen neemt die de klant het dringendst nodig heeft. Maar waarbij je altijd in gedachten houdt dat je later wilt kunnen doorgroeien. Dus je moet al op voorhand ongeveer weten waar je later naartoe wilt."

de klant en hem fideliseren. Toen wij met het extranet startten, hadden wij een communicatiekanaal dat onze concurrenten niet hadden."

Zo is er ook het Flexims-systeem dat The Reference bouwde voor KBC. Dat systeem laat bedrijven toe om een documentair kre-

diet aan te vragen. Daarbij heeft de klant inzage in de status van zijn dossier. Net als het project bij Cofinimmo voorziet Flexims een zogenoemde "workflow": het extranet leidt een bepaald proces (probleemmelding, kredietaanvraag) door zijn verschillende fases, waarbij alle betrokkenen steeds dezelfde basisinformatie

Case 1

FOST PLUS

STROOMLIJNT AFVALVERWERKING

Fost Plus is een vzw die de recyclageplicht van bedrijven overneemt. Het zorgt voor de inzameling van huishoudelijk verpakkingsafval en de aflevering bij bedrijven die het zullen verwerken. Daar komt heel wat coördinatie bij kijken.

150 partners, zowel publieke organisaties als privé-bedrijven, zijn betrokken bij het verzamelen en sorteren. Die rapporteren niet allemaal rechtstreeks aan Fost Plus, en sommige beschikken maar over weinig automatisering. Daarom duurde het zes maanden vanaf het moment dat een

tiental mensen ongeveer anderhalf jaar heeft beziggehouden.

In december 2001 werd de Kontichse integrator Cronos uitgekozen om het project te realiseren. Het extranet heeft twee grote componenten: een centrale database waar alle partners hun gegevens over een bepaalde lading invoeren, en een *datawarehouse* waar ze overzichtgegevens kunnen inkijken.

Als een vrachtwagen met een opgehaalde lading aankomt in het sorteercentrum, wordt de lading gewogen op de

gegevens wilde Fost Plus liever niet buiten de bedrijfsmuren zien gaan. Er werd geopteerd voor een replicatie van de interne Fost Plus-database naar een Oracle-database, ondergebracht in het datacenter van Porthus. Op geregelde tijdstippen worden gegevens uit de Fost Plus-database gekopieerd naar de database bij Porthus, en vice versa.

Voor partners die al over een computersysteem beschikten, wilde Fost Plus dat ze hun eigen systeem konden blijven gebruiken. Dat moest dan wel geïntegreerd worden met de database bij Porthus. Andere partners zijn veel minder geautomatiseerd. Voor hen werd een stukje software geschreven, zodat ze hun gegevens rechtstreeks in de centrale database kunnen invoeren.

Het uitbreiden van het interne computersysteem van Fost Plus – dat nochtans minder dan tien jaar oud was – bleek moeilijk haalbaar. De Feyter: "Uiteindelijk hebben wij besloten om helemaal opnieuw te beginnen. Waar wij gehoopt hadden om data uit het oude systeem te kunnen transfereren naar het nieuwe, is dat helaas niet gelukt." Oudere gegevens blijven dus in het oude systeem.

Change management is een belangrijk deel van een dergelijk project. **Yves Heylen** van Cronos: "Dikwijls is het voor één personeelslid gemakkelijker om het gewicht gewoon op papier te noteren. Hij heeft dus geen tijdswinst door de automatisering, maar de firma wel." Sensibiliseren is de opdracht. Veel praten met de partners is belangrijk, zegt De Feyter. "Deze partners hebben wel de contractuele verplichting om het systeem te gebruiken."



vrachtwagen een lading afval ophaalde tot het moment dat de factuur daarvan kon worden verstuurd. Dat was te lang, en bovendien gebeurden er te veel fouten.

Stefan De Feyter, recycling control manager bij Fost Plus: "Wij wilden de informatie veel sneller." Een nieuw extranet, dat sinds 1 september operationeel is, moet de facturatie tijd inkrimpen tot 1 maand en de fouten vermijden. Een omvangrijk project, dat een team van een

weegbrug. Het resultaat moet worden ingegeven in de database van Fost Plus. Die gegevens over de lading worden in latere stadia door andere partners aangevuld.

Het centraliseren van alle gegevens bleek technisch een zeer zware klus. De partners mogen niet zomaar inzage krijgen in elkaars informatie. Elke partner mag alleen maar informatie zien van de bedrijven die aan hem leveren. En sommige ge-

EXTRANET WORDT TWEERICHTINGS- VERKEER



ter beschikking hebben en weten in welke fase het proces zich bevindt. Zo'n workflow is steeds vaker een component van nieuwe extranetprojecten, zegt Anja Cappelle.

Het extranet kan ook het platform zijn voor totaal nieuwe vormen van dienstverlening, bijvoorbeeld bij de Lierse drukkerij Monti (een project waar Cronos aan meewerkte). Monti bewaart een voorraad van de formulieren van de klant, die ze online kan bijbestellen. De formulieren worden dan op de juiste plaats afgeleverd. Monti kan de formulieren van de klant ook in elektronische vorm op het Internet zetten, zodat het personeel van de klant ze in een webbrowser kan invullen in plaats van op papier. Een dienstverlening die al een heel eind af ligt van de traditionele drukkersactiviteit. Dit soort uitbreidingen van het extranet vergt al heel wat extra inventiviteit.

GEGEVENS DELEN

Een sleutelement in een extranet is dat gegevens van binnen de onderneming naar buiten worden gebracht. Dat is de belangrijkste voorwaarde om een waardevol extranet te kunnen bouwen, maar het is tegelijk ook de grootste hindernis.

Johan Huygh, managing internet consultant bij Cronos: "De laatste twee jaar zijn bedrijven voortdurend op zoek geweest naar manieren om efficiënter te werken. Het naar buiten brengen van interne gegevens is daarbij zeer belangrijk. Je bespaart zowel jezelf als je partner werk; er is minder papier en e-mail en fax nodig. In dat geval kun je gemakkelijk bewijzen dat het systeem werkt – en dat het de gedane investering terugverdient." Maar alvorens bedrijfsgegevens naar buiten kunnen worden gebracht, is er volgens hem vaak heel wat intern werk op te knappen.

Het grote probleem bij extranetprojecten is het aan elkaar koppelen van een nieuwe webtoepassing voor de partners met de bestaande software binnen de onderneming. Want die software is meestal niet ontwikkeld om vanuit het Internet te worden benaderd, laat staan om gebruikt te worden door mensen die voor een ander bedrijf werken.

Daarom is het zo dat wat begint als een extranetproject, vaak al snel een intern *enterprise application integration* project wordt. Johan Huygh: "Bestaande applicaties zijn bijvoorbeeld vaak gegroeid uit een facturatiesysteem, dat steeds verder is uitgebreid. Ze lenen zich niet tot uitbreiding; de datastructuur laat dit gewoon niet toe." Soms, zoals bij Fost Plus (zie case study op blz. 44), moeten interne applicaties eerst volledig herschreven worden, alvorens de gegevens met de buitenwereld kunnen worden gedeeld.

ARCHITECTUUR

Heel vaak kiest men voor een oplossing waarbij een aparte database wordt geïnstalleerd voor de gegevens die via het extranet worden gedeeld. Gegevens uit de eigen interne database worden dan gerepliceerd naar de externe database, die via het extranet toegankelijk wordt gemaakt voor de partners. Zo hebben die partners geen rechtstreekse toegang tot het interne systeem. De extranetdatabase wordt ondergebracht in een zogenoemde DMZ (*De-Militarized Zone*), een afgeschermd en goed beveiligd deel van het bedrijfsnetwerk.

Toyota Belgium heeft al sinds 1997 een extranet voor zijn dealers. Maar sinds die tijd is het enorm geëvolueerd, vertelt **Guy Vindevogel**, marketing communication technology manager bij Toyota Belgium. "Het extranet is voor ons het communicatiekanaal met de dealer. Er zijn vrijwel geen papieren circulaire meer; alle informatie gaat via het T-Link extranet, dat tegelijk ook het portaal is voor onze businesstransacties." Die transacties – het bestellen van voertuigen en wisselstukken en het beheer van garantieclaims – voeren dealers uit via het extranet, waarbij de gegevens rechtstreeks in de SAP ERP-software van Toyota terecht komen.

Elektronische bestellingen zijn geen nieuwigheid bij Toyota: al in de jaren '80 konden dealers, met behulp van een MS-Dos programma en een modem, inbellen om hun bestellingen door te sturen. In 1997 drong zich een beslissing op om dat systeem te vervangen. Daarvoor werd een beroep gedaan op Digital Age Design (DAD). Op dat moment werd beslist om een extranet te bouwen op basis van Microsoft-technologie. "Er was namelijk ook gekozen om in huis een migratie te doen naar Windows NT", vertelt Vindevogel. In eerste instantie werd Microsoft Site Server gebruikt, maar op 1 oktober maakte Toyota Belgium de overstap naar een nieuwe versie op basis van Microsoft .Net.

Eind 1997 ging een eerste versie online, die vooral gebruikt werd om informatie naar de dealers te brengen. In de loop van 1998 kwam daar de mogelijkheid bij om transacties te doen. Die transacties werden geleidelijk aan verrijkt, bijvoorbeeld met beeldmateriaal. De laatste jaren evolueert het extranet naar een tweerichtingskanaal. Er kwamen heel wat formulieren online, waaronder feedbackformulieren. Er kwam ook een kalender met evenementen voor de dealers, en de mogelijkheid om zich in te schrijven voor opleidingen.

Het extranet draait bij Toyota zelf. Dealers zijn niet aangesloten via het publieke Internet, om redenen van veiligheid en controle; ze maken gebruik van het Bilan VPN-netwerk van Belgacom. Een volgende stap wordt de integratie met de Siebel CRM-software van Toyota. Als een consument naar Toyota belt met een vraag om informatie, dan krijgen de dealers via het extranet toegang tot de klantgegevens.

Zo gebeurde het ook bij Fost Plus. Die organisatie besloot bovendien dat het zelf niet over de juiste infrastructuur beschikte om deze database op een veilige en betrouwbare manier te huisvesten. De database werd daarom ondergebracht in het datacenter van de Gentse dienstenleverancier Porthus.

Het gebruik van zo'n datacenter voor een extranet heeft heel wat voordelen. Een extranet moet goed beveiligd zijn en het is soms de bedoeling dat het ook buiten de kantooruren beschikbaar is – soms zelfs 24 op 7. Gespecialiseerde datacenters kunnen dit bieden.

Een van de redenen voor Cofinimmo om een aparte database voor het extranet te gebruiken, was omdat de eigen database nogal zwaar belast is. Beiden staan bij Cofinimmo gewoon op het ei-

WAT KOMT ER OP UW EXTRANET?

Sommige bedrijven gebruiken hun extranet om voor hun klanten hele nieuwe vormen van dienstverlening uit te bouwen. Maar dat hoeft niet altijd. Dit zijn een aantal veel voorkomende extranetelementen:

Prijzen van uw producten. Liefst een prijs op maat van de klant, via personalisatie.

Catalogussen. Al dan niet met de mogelijkheid om on line te bestellen.

Documenten. Bijvoorbeeld logo's, templates en marketingmateriaal.

Polls/enquêtes en andere feedback. Zo wordt het tweerichtingsverkeer.

Kalenders. Een bij voorkeur gepersonaliseerde kalender met, bijvoorbeeld, datums van speciale acties of happenings.

Registratie voor gerichte mailings. Via het extranet kunt u een opt-in lijst voor gerichte e-mailmarketing opzetten. U kunt het opgeven van een e-mailadres verplicht maken voor partners die toegang willen tot het extranet.

Forums. Een standaardelement, maar niet altijd even succesvol. Heel gerichte forums rond specifieke problemen van de klant kunnen wel nuttig zijn.

WebEDI. Een grote afnemer stelt zijn leveranciers een website ter beschikking waar zij EDI-bestellingen kunnen ontvangen zonder zelf EDI-software te moeten installeren.

Workflow. Het extranet kan gebruikt worden voor processen die verschillende tussenstappen hebben en waar verschillende partijen bij betrokken worden, bijvoorbeeld de verwerking van een klacht.

gen netwerk. De complexiteit van zo'n replicatiesysteem heeft veel te maken met hoe actueel de gegevens moeten zijn. **Yves Heylen** van Cronos: "Als die een dag oud mogen zijn, kun je eenmaal per dag gegevens overbrengen. Dat kan dan zelfs gewoon in een ASCII-formaat geëxporteerd worden." Maar een database die op elk moment up-to-date moet zijn en die zowel door het bedrijf zelf als door de partners kan worden gewijzigd, is technologisch al een veel complexere integratieopdracht. Hoewel nieuwe technologie zoals XML (eXtensible Markup Language) dat wel een stuk heeft vergemakkelijkt.

CULTUUR

Toegang verlenen tot bedrijfsgegevens is ook een culturele kwestie, zegt **Ruediger Spies**, analist bij marktonderzoeker Meta Group. "In de verzekeringsindustrie, bijvoorbeeld, krijgen verzekeringsagenten informatie uit de mainframe van de verzekeraar, maar die gegevens worden eerst gekopieerd naar het extranet. In de auto-industrie krijgen leveranciers directe toegang tot de back-end systemen van de fabrikant. Dat is een stuk moeilijker."

De transparantie naar partners toe heeft veel onverwachte complicaties. "Als ik op het extranet van mijn leverancier kan zien dat hij van een bepaald artikel een bijzonder grote voorraad heeft, kan ik die informatie gebruiken om een lagere prijs te onderhandelen", zegt Ruediger Spies.

Een applicatie ontwikkelen die gebruikt zal worden door verschillende categorieën van gebruikers, binnen en buiten de onderneming, vergt dus een heel nieuwe manier van denken. Het kan een stuk ingewikkelder uitdraaien dan verwacht.

KOPEN OF ZELF BOUWEN?

Dat een extranet tegenwoordig vaak een *partner portal* wordt genoemd, is meer dan gewoon een opgefrist marketingpraatje. Het maakt ook duidelijk dat een extranet – zeker op technologisch vlak – veel weg heeft van de interne portalen die bedrijven vandaag bouwen om al hun uiteenlopende softwaresystemen in een gemeenschappelijk kader onder te brengen.

Zogenaemde *enterprise portals* (zie het verhaal "Een portaal voor 25.000 euro" in ons nummer van september 2003) worden steeds vaker gebouwd op basis van de portaalsoftware van bedrijven als IBM (WebSphere Portal), Microsoft (SharePoint Portal Server) of SAP. Die producten worden ook voor extranetten gebruikt. Anja Cappelle: "Heel het systeem om je aan te melden is bijvoorbeeld al voorzien, dus dat hoeft niet meer ontwikkeld te worden. Het wordt eerder een kwestie van configureren en customizing." Een nadeel is dan weer dat de verleiding bestaat



RUEDIGER SPIES.
analist bij marktonderzoeker Meta Group

om te dicht bij de standaardfunctionaliteit van het pakket te blijven, zegt Anja Cappelle. Veel toegevoegde waarde is er dan niet. Vaak willen bedrijven dezelfde software gebruiken voor hun extranet en hun publieke website. "Wij zijn daar een groot voorstander van", vervolgt Anja Cappelle van The Reference. "Zo kun je heel efficiënt je data beheren, zonder ze te moeten dupliceren." Bepaalde informatie krijgt iedereen te zien, maar wie inlogt krijgt meer. Dat zorgt wel eens voor problemen, omdat portaalsoftware vaak twee licentiemodellen heeft: je kunt betalen per gebruiker of per processor. Om een publieke website te maken, moet de versie per processor worden aangeschaft, met instapprijzen in de tienduizenden euro's.

"Ideaal is één portaal voor iedereen", zegt Anja Cappelle. "Elk bedrijf draagt natuurlijk zijn geschiedenis mee, en meestal zijn er historisch verschillende systemen gegroeid. Maar zoveel mogelijk hergebruiken is de boodschap."

WEBSERVICES?

Gelijk over welk aspect van IT je schrijft, op het einde van het artikel hoort tegenwoordig een paragraaf om te vertellen hoe webservices dit domein zullen veranderen. Dat blijkt bij extranetten niet anders. Anja Cappelle: "De informatie die nu in extranetmodus wordt aangeboden, zullen we via webservices zien opduiken in het eigen intranet van de klant."

Zo zal een bedrijf zijn catalogus vandaag op het extranet plaatsen, zegt Cappelle. Maar binnen een jaar of twee zal hij die catalogus als een webservice via het Internet ter beschikking stellen. Zo kan de klant de webservice inbouwen waar hij dat wil. Hij kan hem op gelijk welke plek in zijn eigen intranet pluggen.

Extranetten zullen nog wel een tijdje blijven bestaan, maar daarnaast zullen hun verschillende componenten als webservices worden aangeboden. ◀

Case 3

COFINIMMO

ON LINE HELPDESK OM DE HUURDER (NOG) BETER TE BEDIENEN

Cofinimmo is een vastgoedvennootschap die kantoorgebouwen koopt en verhuurt. Het is een bevak (beleggingsvennootschap met vast kapitaal) die genoteerd is op Euronext en deel uitmaakt van de Bel20. Er werken 70 mensen.

In 2002 lanceerde het bedrijf een extranet voor drie soorten partners: huurders, onderaannemers en makelaars. Een cruciaal onderdeel daarvan is een on line helpdesk voor de problemen van huurders. **Jean Van Buggenhout**, head of quality management bij Cofinimmo: "Het is zo'n beetje zoals bij DHL. Daar kun je on line volgen waar je pakket zich bevindt. Bij ons kun je zien hoe ver de behandeling van je probleem staat." De huurder ziet op het extranet bijvoorbeeld wanneer

er een onderaannemer zal langskomen om het probleem (bijvoorbeeld een lekende kraan) op te lossen. De onderaannemer zal achteraf via het extranet rapporteren, zodat zowel de klant als Cofinimmo zelf steeds op de hoogte zijn

van de status van het probleem. Achteraf wordt aan de klant gevraagd of het probleem tot zijn tevredenheid is opgelost.

Voor het bouwen van het extranet ging Cofinimmo in zee met The Reference, dat eerder al de publieke website van Cofinimmo had gerealiseerd.



Cofinimmo wilde zoveel mogelijk kanalen naar de klant openen, zegt Van Buggenhout. "Voor gelijk welk probleem dat in het gebouw opduikt, kan de klant ons contacteren via telefoon, e-mail of het extranet." Uiteindelijk komen de gege-

vens trouwens op dezelfde plek terecht, want de medewerkers van Cofinimmo voeren de probleemmelding in hetzelfde computersysteem in.

Verder vindt de huurder op het extranet informatie over zijn huurcontract en zijn facturen, en ook over bijkomende diensten van Cofinimmo. Naast het verhuren

van kantoorruimte biedt Cofinimmo namelijk steeds meer andere diensten aan, zoals schoonmaak en onderhoud. Het extranet is een goed kanaal om de huurders over die diensten te informeren. De meeste huurders melden hun probleem nog altijd via de telefoon, zegt Van Buggenhout – maar ze gebruiken wel het extranet om dat probleem verder op te volgen.

Een ander gedeelte van het extranet is gericht op makelaars. Die kunnen on line gedetailleerde informatie opvragen over vrije kantoorruimte. "Het wordt voor hen gemakkelijker om aan hun klanten ruimte bij Cofinimmo aan te bieden", zegt van Buggenhout.