

	Van 3 naar 10.000.000 vrienden (Hyves)	Raymond Spanjar
1. De Situatie	<p>Raymond Spanjar richt in begin 2004 samen met twee vrienden een social media platform Hyves op, nadat zij gezamenlijk IEX hebben verkocht en bij toeval weer bij elkaar komen. De drie founders hebben verschillende expertises waarmee ze denken hoe de onderneming te sturen en te laten groeien.</p> <p>Zij kijken veel naar andere social networks, zoals Friendster en Myspace die soortgelijk zijn en kiezen er voor om hun eigen social netwerk van scratch op te bouwen en alles in eigen beheer te behouden. Daarvoor zoeken ze investeerders die ze kennen en aangeven dat de founders kapitein op het schip blijven.</p> <p>Om te groeien stellen ze ambitieuze doelstellingen voor het behalen van zoveel mogelijk vrienden/users, maar bij groei komen ook andere problemen kijken zoals personeel, genereren van inkomsten, het gebruik van het platform door de users en productontwikkeling.</p>	
2. De Uitdaging	Het uitrollen van een succesvol social media platform.	
3. De Aanpak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vrienden/users: hoe genereer je users? Het uitnodigen van vrienden zo makkelijk mogelijk maken, zonder dat de gehele e-mail inbox van de user wordt gespamd. Laten zien wie je naast je vrienden nog meer kent en welke vrienden van vrienden de persoonlijke pagina's bezoeken. Andere mogelijkheden zijn door het genereren van media aandacht, o.a. door politici tijdens verkiezingen lid te laten worden, BN'ers en DJ's die wedstrijden met elkaar houden om zoveel mogelijk vrienden te hebben. 2. Genereren van inkomsten: Door banners en advertenties op de pagina's te tonen en bepaalde merken/bedrijven groepen laten aanmaken. Een betaald membership aan te bieden waardoor de user bepaalde extra mogelijkheden heeft. En het aanbieden van games. 3. Investeren: In servers om de website draaiende te houden. Maar ook investeren in personeel door de juiste mensen op de juiste plek te zetten en door voldoende kwalitatief personeel te hebben blijft de productiviteit stijgen. 4. Productontwikkeling: zorgen dat er om de zoveel tijd nieuwe features zijn waardoor het platform wordt vernieuwd en deze beter dan de concurrent uitvoeren. Luisteren naar je gebruikers, maar desondanks ook vasthouden aan je eigen koers. 	
4. Het Succes	<p>Men kan zich afvragen of Hyves een groot succes kan worden genoemd. Inmiddels (2013) is het social network behoorlijk in populariteit gedaald en wordt het nog een paar maanden de tijd gegund om opbrengsten te genereren. Eén ding is echter zeker: Hyves is in korte tijd een zeer bekend en succesvol social netwerk geworden in Nederland.</p> <p>Hyves heeft diverse investeringsrondes gedaan om het platform draaiende te houden en op het moment waarop de concurrentie van Facebook het grootst werd tijdig de onderneming weten te verkopen. Uiteindelijk verkochten de oprichters en aandeelhouders haar belangen in Hyves voor een prijs van EUR 45 miljoen up front. Welke waarde enorm is gestegen door de toenemende populariteit rondom social media netwerken. De oprichters en aandeelhouders van het eerste uur hebben een behoorlijke cash out gemaakt en hebben Hyves met vallen en opstaan zeer succesvol uitgerold in Nederland.</p>	