

Bedrijven van morgen transformeren vandaag

Is uw onderneming klaar voor de toekomst? Nieuwe technologieën en business modellen duiken in sneltempo op en een aantal daarvan kunnen hele markten op hun kop zetten. Bedrijven die scherp en concurrentieel willen blijven, zetten innovatie stevast hoog op de agenda.

In de Tomorrow Is Today bewustwordingscampagne richt adviesbureau Deloitte de schijnwerpers op ontwikkelingen op het vlak van digitalisering, cyberveiligheid en gegevensanalyse. Belangrijke evoluties met mogelijke gevolgen voor een groot deel van de markt. Hoe vinden ondernemingen daar een antwoord op? Hoe zoeken ze de juiste oplossingen voor hun snel veranderende klanten in een steeds evoluerende markt? We vroegen het aan enkele grote Belgische bedrijfsleiders binnen de gezondheids-, telecom- en financiële sector.

Uitdaging of opportuniteit

Meeblijven met nieuwe technologieën is voor veel bedrijven een uitdaging, weet Rik Vandenberghe, CEO van ING België: “De klant verwacht dat we snel schakelen en je dient op het goede moment met de juiste zaken komen.” ING België investeert bijvoorbeeld in smart banking apps voor je smartphone, en Vandenberghe ziet ook heil in de vooruitgang van biometrische gegevens. Zo zouden klanten zich met een vingerafdruk snel en veilig kunnen identificeren. “Zolang we aan de kop van het peloton blijven qua innovatie, zijn dat soort technologieën voor ons geen bedreiging, maar een opportuniteit,” besluit Vandenberghe.

Big data

Een van de belangrijkste nieuwe technologieën is ‘big data’, het gebruiken van

de verschillende soorten gegevens die bedrijven bezitten of over klanten verzamelen. Daarmee kunnen ondernemingen bijvoorbeeld betere beslissingen maken bij het aannemen van nieuw talent of sneller een correcte diagnose stellen bij een patiënt. “Big data is heel belangrijk voor ons,” zegt Tom Heyman, CEO van Janssen Pharmaceutica, “onder meer omdat het ons toelaat om gepersonaliseerde geneeskunde uit te bouwen. Zo kunnen we weten bij wie het geneesmiddel werkt en niet werkt. Dat betekent een vooruitgang voor die persoon maar ook voor de gezondheidssector in het algemeen.”

Voorspellingen

Big data kan bovendien gebruikt worden om bijvoorbeeld te weten hoe oud klanten zijn en wat hen interesseert, zegt John Porter, CEO van Telenet: “Zo kunnen we bijvoorbeeld ingrijpen als we merken dat bepaalde klanten niet meer tevreden zouden zijn of lanceren we nieuwe producten op maat van de voorkeuren van klanten.” Maar, zegt Porter, die analyses gebeuren anoniem: “We koppelen de gegevens los van de individuen om de privacy van onze klanten te verzekeren.”

Privacy

Privacy is misschien wel de grootste uitdaging voor het gebruiken en verzamelen van zo’n massa aan gegevens. “We willen een ‘trusted partner’ zijn van onze klanten,” vertelt Rik Vandenberghe: “We zul-



Olivier de Groote, Managing Partner Clients & Markets, Deloitte en Rik Vanpeteghem, CEO Deloitte

len data dus alleen intern gebruiken, om klanten te ondersteunen bij het beheer van hun financiën. We hebben bijvoorbeeld een budgetmodule voor klanten waarin we alle inkomsten en uitgaven in een overzichtelijke rubriek zetten en alleen de klant heeft daar toegang toe.” Het verzekeren van die privacy betekent wel dat gegevens goed beveiligd moeten zijn, zegt Rik Vandenberghe: “Cyberbeveiliging is voor een bank uiteraard belangrijk. We monitoren dit sterk, met een gespecialiseerd team, en zodra we onverwachte zaken zien, zoals vreemde betalingen, kunnen we ingrijpen en op onderzoek gaan. Dat is een kerntaak van de bank.”

Starters

“Nieuwe technologieën zijn in staat om een sector te ontwrichten,” vertelt Olivier de Groote, Managing Partner Clients & Markets bij adviesbureau Deloitte. “Om aan dat soort ‘disruption’ te ontkomen moeten bedrijven zelf een cultuur van innovatie creëren en snel kunnen antwoorden op nieuwe trends,” zegt de Groote. Dat gebeurt steeds vaker in samenwerking met starters, kleine bedrijven die de wendbaarheid en de ideeën aan boord

hebben om ontwrichting voor te zijn. Zo rijzen heel wat incubators en andere initiatieven uit de grond, waaronder Idealabs, een partner van Telenet. “We brengen daar jonge bedrijven samen en helpen ze om zich te ontwikkelen,” vertelt John Porter: “We vonden als groot bedrijf dat het onze plicht was om iets dergelijks op poten te zetten. Innovatie is nu eenmaal een van onze kernwaarden.” Voor Telenet zelf biedt het een manier om zich te inspireren en bij te leren over nieuwe technologieën en innovaties.

Disruption

Innovatie biedt dus massa’s kansen, maar je moet er klaar voor zijn. Adviesbureau Deloitte gelooft dat de toekomst is aan de ondernemingen die hun mensen voorbereiden op morgen, ondanks deze ontwrichting. “Wij bestaan al 170 jaar en hebben in die tijd veel technologische innovaties overleefd. Daarbij blijft het belangrijkste altijd de mensen en een cultuur waarin leren en innovatie worden gestimuleerd,” vertelt Rik Vanpeteghem, CEO bij Deloitte. Ze staan daarin niet alleen. “Innovatie is belangrijk voor onze groei en succes, dat laten we ook aan ons personeel weten,” vertelt ook Tom Heyman: “Innovatie ligt in elk van ons. Iedereen is daar verantwoordelijk voor. Voor ons is het heel simpel, als wij stoppen met innoveren, stoppen wij met bestaan.”

“Nieuwe technologieën zijn in staat om een sector te ontwrichten”



Rik Vandenberghe, CEO van ING België



John Porter, CEO van Telenet



Tom Heyman, CEO van Janssen Pharmaceutica

WIL U MEER WETEN OVER DE CAMPAGNE TOMORROW IS TODAY?

Of heeft u vragen over de risico’s en mogelijkheden van technologische innovaties? Surf dan naar:

www.tomorrowistoday.be