

De visie van specialisten

‘Is uw onderneming klaar voor de toekomst?’

Technologie evolueert in een razendsnel tempo. Dit zorgt voor een ‘disruptieve groei’ in onze samenleving. Ofwel: vooruitgang door ontwrichting.

In onze hedendaagse maatschappij volgen innovaties elkaar sneller op dan ooit. Denk maar aan de opmars van smartphones, 3D-printers, drones en robots die vandaag opduiken in allerlei industrieën. ‘Deze ontwikkelingen leiden alvast tot nieuwe uitdagingen’, meent Guido Vandervorst, managing partner Innovation bij adviesbureau Deloitte. ‘Maar ze bieden evengoed kansen voor de ondernemer en de bedrijfsleider. Tenminste, indien die bereid is om mee te surfen op de golven van disruptie.’ Hiermee refereert Vandervorst naar het feit dat innovaties kunnen leiden tot de ontwrichting van bestaande prijzen, producten en businessmodellen.

Disruptie is aanwezig in zowat elke sector. De immense populariteit van de smartphone heeft de bedrijfsmodellen van gps-fabrikanten en producenten van fototoestellen alvast flink in de war gestuurd. Het vakblad MIT Technology Review voorspelt dan weer dat 45 procent van de huidige jobs in de komende twee decennia zal ingepikt worden door robots en artificiële intelligentie. Deze evolutie wordt in België bevestigd door een recent rapport van ING. Zulke ontwrichtingen hoeven niet per se negatief te zijn. Ze kunnen evenzeer leiden tot vooruitgang. ‘Als ondernemers de juiste kansen aangrijpen, bieden deze ontwikkelingen ook mogelijkheden voor de creatie van nieuwe jobs’, zegt Vandervorst.

Kijken naar morgen

Innovaties kunnen dus een disruptieve groei in de hand werken. ‘Een voorwaarde is wel dat je als bedrijfsleider nu al op zoek gaat naar innovatieve oplossingen voor morgen’, adviseert Rik Vanpeteghem, CEO van Deloitte België. ‘Immers: de toekomst behoort toe aan diegenen die de wereld vandaag al vanuit een ander perspectief durven te bekijken.’ Om zijn positieve visie op de recente ontwikkelingen

uit te dragen, lanceert Deloitte de komende maanden de bewustwordingscampagne Tomorrow is Today. Daarmee wil het adviesbureau onder meer het belang van wendbaarheid onderstrepen. ‘Om te kunnen profiteren van de mogelijkheden in de nieuwe wereld, is flexibiliteit een absolute must’, klinkt het.

‘Bedrijfscultuur moet innovatie continu aanmoedigen en stimuleren.’

Wendbaar zijn betekent: een cultuur van innovatie omarmen in het bedrijf. Maar het vertaalt zich ook in samenwerkingen met jonge ondernemingen. ‘Alleen zo kan je vernieuwingen snel detecteren, evalueren en implementeren.’ Daarbij is het belangrijk om een transformatie op alle niveaus van de organisatie door te voeren. In het huidige digitale tijdperk volstaat het niet om een alleenstaand



Guido Vandervorst,
Managing Partner Innovation Deloitte België.



Rik Vanpeteghem, CEO Deloitte België.

initiatief naast de dagelijkse werking op te zetten. Door het hele bedrijf te transformeren, ontstaat een ‘intuïtieve onderneming’ die slimme systemen creëert. Die brengen klanten, medewerkers en leveranciers met elkaar in contact, bevorderen groei en informatie, en zorgen voor een betere voeling met de markt.

Het is intussen wel duidelijk dat geen enkele onderneming de digitale evolutie nog mag en kan negeren. Het gaat echter om méér dan louter de implementatie van technologie. Als bedrijfsleider kunt u nagaan in welke mate het huidige businessmodel moet herbekeken worden als gevolg van de nieuwe ontwikkelingen. U dient zich ook af te vragen hoe digitalisering kan bijdragen tot een rijkere klantenervaring, en u kunt daarbij focussen op het juiste evenwicht tussen analoge en digitaal. ‘Het digitale en analoge kan je niet meer los van elkaar zien’, zegt Guido Vandervorst. ‘Je moet streven naar ‘the best of both worlds’. Een mooi voorbeeld vind je in de banksector, waar internetbanking gecombineerd wordt met persoonlijk advies voor wie dat wil.’

Klanten beter begrijpen

Het digitale aspect is slechts een van de drijvende krachten achter de disruptieve groei. Daarnaast spelen volgens Deloitte ook analytics een belangrijke rol binnen de vooruitgang. Daarmee wordt verwezen naar het groeiende belang van big data, gecombineerd met de exponentieel groeiende rekenkracht van computers die deze gegevens analyseren, interpreteren en gebruiken. Grotere bedrijven verwerken deze data om hun business te ontleden en om hun klanten beter te begrijpen en te helpen. Kleinere ondernemingen gebruiken de voorspellende kracht van big data om nieuwe business uit te bouwen.

‘Aan de voordelen van de nieuwe digitale mogelijkheden zijn helaas ook gevaren verbonden’, waarschuwt Guido Vandervorst. ‘Bedrijven moeten zich bewust zijn van de cyberrisico’s, en dienen zich hierop voor te bereiden.’ De nodige beschermingsmaatregelen moeten gecombineerd worden met goede voorlichting en adviezen. Het installeren van dure firewalls op de werkvloer heeft alvast weinig zin wanneer werknemers bedrijfsgegevens prijsgeven door een phishing e-mail te beantwoorden.

Maar hoe kunt u zich als bedrijfsleider nu concreet voorbereiden op morgen? Deloitte verzamelde alvast een aantal succesverhalen in verschillende organisaties. Daaruit blijkt dat cultuur en bewustwording steeds een cruciale rol spelen. U dient niet alleen goed op de hoogte te zijn van de nieuwe technologische mogelijkheden die zich aanbieden, maar bekijk ook hoe u daar slim op kunt inspelen. Uw bedrijfscultuur moet innovatie continu aanmoedigen en stimuleren. Praat op regelmatige basis met uw raad van bestuur over de impact en mogelijkheden van nieuwe ontwikkelingen. Betrek er ook uw medewerkers bij.

Implementatie in eigen huis

Binnen Deloitte zelf wordt de visie achter Tomorrow is Today al volop toegepast. In dit kader werd een partnership gesloten met de Amerikaanse Singularity University in Silicon Valley, die bekendstaat om zijn programma’s en events die innovatie stimuleren. Het adviesbureau richtte vorig jaar ook een Innovation Centre in Leuven op: een begeleidingsprogramma voor jonge technologiebedrijven die actief zijn in data analytics, digitale oplossingen, cyberbeveiliging en mo-

In de praktijk

Hoe kunnen bedrijfsleiders zich praktisch voorbereiden op morgen? We lijsten enkele praktijken op die Deloitte vaststelt bij succesvolle bedrijven. Let wel, deze tips zijn een indicatie, geen exhaustieve lijst.

1. Cultuur en bewustwording

De eerste stap die u moet zetten in deze nieuwe wereld? Zorg dat u goed op de hoogte bent van de nieuwe technologische mogelijkheden die zich aandienen. En hoe u daar in uw huidige of toekomstige business kan op inspelen.

- Hebt u een bedrijfscultuur waar innovatie wordt bevorderd en waar goede ideeën in de werking worden gecapteerd?
- Krijgen uw medewerkers tijd om te reflecteren over de toekomst?
- Komen al uw ideeën van in het bedrijf of doet u ook aan crowdsourcing?
- Hoe vaak spreekt u met uw raad van bestuur over de impact en mogelijkheden van nieuwe ontwikkelingen?
- Bent u als bedrijf voldoende bewust van en beschermd tegen de cyberrisico’s die deze nieuwe omgeving met zich meebrengt?

2. Exploreer, experimenteer en ‘scale fast’

In elk bedrijf zijn de middelen beperkt. Niet elk nieuw idee kan worden uitgevoerd en u dient investeringskeuzes te maken. De kunst bestaat er in om breed te exploreren, klein te beginnen en bij indicatie van marktsucces snel te ageren om uw voorsprong te behouden. Een wendbare organisatiestructuur is de sleutel tot succes.

- Hebt u een ‘lab’ buiten de normale werking van uw bedrijf waar u kunt experimenteren met nieuwe technologie?
- Kunt u medewerkers tijdelijk detacheren buiten de organisatie?
- Start u niet te veel initiatieven tegelijkertijd op?

3. Open innovatie en nieuwe businessmodellen

Bedrijven die binnenshuis in een geheime ‘dark room’ aan innovatie werken, dat is verleden tijd. De meest succesvolle bedrijven doen aan ‘open innovatie’. Het principe is eenvoudig: hoe meer mensen u betreft, hoe meer succesvolle ideeën u genereert. Daarbij gaat innovatie verder dan het louter creëren van nieuwe producten of diensten. Soms leidt innovatie tot nieuwe businessmodellen die bestaande industrieën helemaal overhoop kunnen halen. Denk bijvoorbeeld aan wat Spotify betekent voor de muziekindustrie.

4. Samenwerking met start-ups

Een goede manier om de vinger aan de pols te houden, is structurele samenwerkingen opzetten met start-ups. De grootste disruptieve innovaties van de laatste jaren kwamen niet van de klassieke multinationals, maar van de hypergeconnecteerde start-ups zoals Airbnb of Netflix. In België lopen er al tal van programma’s gericht op corporate venturing. Denk aan Telenet-Idealabs, Start-IT van KBC of het Innovation Centre van Deloitte.

biliteit. Werknemers van Deloitte delen er hun kennis met jonge talenten en blijven zo zelf op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen.

Wenst u meer informatie over de campagne Tomorrow is Today?

Surf dan naar www.tomorrowistoday.be.

Lees ook het artikel over Data Analytics op pagina 153 en volgende week leest u hier alles over Cyber Security.

Deloitte.