

Digitale transformatie

Maart 2015



Digitale transformatie

Ga maar eens staan in de schoenen van een RvB. Je vraagt je op de terugweg naar huis af of die verandering wel kan. Alles is tot in de puntjes geregeld binnen jouw onderneming: je bent een goede werkgever, aandeelhouders zijn tevreden, klanten zien de meerwaarde en je hebt zelfs de laatste ISO certificaten binnen; you are the man!!.

Technologie is leuk. Transformatie niet

Bij de NGI/NGN zijn we allemaal technologen. Of hebben we in elk geval dagelijks te maken met technologie. Het is een passie van veel van ons om technologie in te zetten in administratieve processen, proces automatisering of om innovatieve ideeën te realiseren. Technologie was altijd iets van het bedrijf waar je werkte. Je kon met die technologie binnen het bedrijf furore maken, nieuwe verdien modellen realiseren of het primaire proces verbeteren. Wat opvalt, is dat technologie niet meer zo leuk is als vroeger, althans voor veel organisaties niet. De technologie die nu doorbreekt komt immers niet alleen van binnenuit, maar komt juist van buiten en zet het bestaande organisatie - en bedrijfsmodellen onder druk. Die druk komt van boven én van buiten.

Wij technologen begrijpen dat en zien de, alom bekende voorbeelden, een hele industrieën omdraaien. Taxi's, hotelkamers of detailhandel worden "gedisrupt" door innovatieve flexibele bedrijven die werken langs de lijn van informatie en technologie doen. Zij gebruiken het internet als nieuw coördinatiemechanisme, dat sinds Porter en Mintzberg lag binnen de grenzen van een organisatie. Onlangs verscheen in het nieuws dat Huawei, vooral bekend als producent van mobiele telefoons, samen met de stad Den Haag, Smart City concepten aan het verkennen is. Op zich nieuws voor een technologie bedrijf als Huawei, maar hoe positioneert een traditioneel bouwbedrijf zich daarin? Bouwbedrijven zijn informatie logistieke bedrijven geworden die nog traditioneel willen

blijven bouwen. De vraag die zo'n organisatie zich nu moet stellen, is: 'gaan we mee met de huidige stroming of wachten we wat onze concurrenten doen?' De top van de meeste bedrijven ontkennen deze werkelijkheid, wachten af en werken door alsof de wereld niet verandert.

Transformatie

Ga maar eens staan in de schoenen van een RvB. Je vraagt je op de terugweg naar huis af of die verandering wel kan. Alles is tot in de puntjes geregeld binnen jouw onderneming: je bent een goede werkgever, aandeelhouders zijn tevreden, klanten zien de meerwaarde en je hebt zelfs de laatste ISO certificaten binnen; you are the man!!.



Toch voelt elke CEO aan zijn water dat het moet, dat de onderneming moet flexibiliseren en dat de ICT van nu het business model van morgen niet kan ondersteunen. Elke RvB weet donders goed dat ze of een 'game changer' moeten worden of goed om kunnen gaan met een disruptieve markt. Links om of rechts om: flexibiliteit en verandering zijn kern aandachtspunten geworden.

De lange termijn telt niet meer. Na stap 1 komt stap 1 en en de mentaliteit van van veel kleine stapjes maken een organisatie veel wendbaarder. Het is 'na middernacht' en dan gelden er andere regels. Bedrijven moeten leren innoveren, durven en experimenteren. En niet alleen innoveren met een nieuwe tool, maar juist met een nieuwe aanpak naar klanten, een verrassend product, een nieuw business model of een samenwerkingsverband dat niet binnen de kaders van het 'normale' valt.

The network always wins

Peter Hinssen heeft een prima boek geschreven onder de titel: "The Network Always Wins". Het belang van netwerken en business connectiviteit. Hoe belangrijk is een netwerk en hoe groot moet dat zijn. Bestaat dat uit traditionele partners of is een onderneming bezig te zoeken na a-typische relaties daarin. Waarom kon bijvoorbeeld Google als eerst de zelfsturende auto 1.000.000 km laten rijden en niet grote, en eveneens kapitaalkrachtige, bedrijven als BMW, Volvo of Audi? Juist omdat Google niet vanuit de fysieke eigenschappen van een auto heeft gezocht naar een oplossing, maar vanuit informatiekarakteristieken.

Alles wordt aan elkaar verbonden en dat zorgt voor een heel andere manier van communiceren en samenwerken. De voorspelbaarheid tussen actie en reactie (leverancier en afnemers) wordt steeds onvoorspelbaarder en grilliger en dat is voor veel bedrijven de absolute *wake-up call*. "Als je je organisatie er niet op voorbereidt om om te gaan met een steeds kortere horizon, kom je uiteindelijk in de problemen", zo vertelt Hinssen in zijn meest recente boek.

Laat informatie voor u werken

Wat is de rol van informatie en intelligence daarin? We hebben toch veel data en allerlei 'big data' tools? Wordt daarmee voor elke CEO niet de weg geplaveit naar voorspellende analyses? De business outlook voor 'big data' en 'predictive analyses' bedrijven is fenomenaal, maar gaat dat waargemaakt worden? Of is dit de volgende ICT hype waarin alleen maar een aantal bedrijven wel bij varen, maar niet dié change in de onderneming veroorzaakt die nodig is in een hoog competitieve markt en lage economische conjunctuur?

Laat u niets wijs maken door IT leveranciers dat de onderneming alleen maar de problemen kan oplossen door nu een nieuwe tool aan te schaffen. De belangrijkste notie is om te sleutelen aan meerdere aspecten van de organisatie ten einde deze te flexibiliseren, wendbaar en (cyber) veilig te maken. Ga op zoek naar anders-denkenden binnen de onderneming en vraag hen hoe zij het zien; los van hiërarchie. In dát proces kan de onderneming innovatieve technologie adapteren, los komen van wat we altijd de hiërarchie en administratieve organisatie hebben genoemd. Stop met brede cultuurprogramma's, maar werk, vanuit de passie voor de onderneming, de professional en de maatschappij, aan de bevoegdheid van medewerkers en management. Wissel het idee van instant verrijking in voor het bieden van toegevoegde waarde en betekenis aan uw klanten, relaties en medewerkers en transformeer bestaande ICT complexen naar flexibele functionaliteiten.

Laat u niets wijs maken door IT leveranciers dat de onderneming alleen maar de problemen kan oplossen door nu een nieuwe tool aan te schaffen. De belangrijkste notie is om te sleutelen aan meerdere aspecten van de organisatie ten einde deze te flexibiliseren, wendbaar en (cyber) veilig te maken. Ga op zoek naar anders-denkenden binnen de onderneming en vraag hen hoe zij het zien; los van hiërarchie. In dát proces kan de onderneming innovatieve technologie adapteren, los komen van wat we altijd de hiërarchie en administratieve organisatie hebben genoemd.

Dat is de digitale revolutie waarin wij leven en werken. En de meeste van ons zijn de eerste generatie bestuurders, directeuren of managers die met dit fenomeen moeten omgaan. Hoe cool is dat!!