

## **Door de bomen het digitale bos nog zien.**

AI, Robotisering, Big-data, blockchain etc. Kunnen we het allemaal nog bevatten? De een zegt dat er grote veranderingen op komst zijn. De ander zegt dat dat wel meevalt. Wat moeten we er nu mee? Een klein en compact kader.

Sommige ontwikkelingen zullen relevanter zijn voor de ene organisatie dan voor de andere. (Hoewel een aantal van deze ontwikkelingen niet moet worden onderschat.)

Om de trends op hun waarde in te schatten zijn er vier perspectieven relevant. Vier perspectieven waar elke ontwikkeling tegenaan gehouden kan worden.

### **Klantperspectief**

Het eerste perspectief is het klantperspectief. De vraag is dan in hoeverre een trend invloed zal hebben op verschillende doelgroepen en klanten van een organisatie. Deze invloed kan uiteraard positief zijn maar ook negatief.

Om niet voor verassingen te komen staan is het naast de vraag of een trend relevant is voor een bepaalde doelgroep ook meer dan relevant om te kijken of een trend gevolgen zal hebben op de klant van de klant. Ontwikkelingen bij de klant van de klant zullen ook effect hebben op de klant. Kan de klant daarna ergens mee geholpen worden? Zullen de behoeften veranderen? Kan de klant geholpen worden richting de klant van de klant? Hoe? Wat zou de toegevoegde waarde dan kunnen zijn?

### **Concurrentperspectief**

Naast het klantperspectief is het concurrentperspectief relevant. Zou de betreffende trend onze concurrent raken? Positief of negatief? Wat voor effect zou dat voor onze concurrent betekenen? Zouden wij daar last van krijgen?

Naast de directe concurrent is het ook de vraag of er nieuwe toetreders kunnen komen. Wat kan het effect zijn als meer mensen gebruik gaan maken van Uber? Zouden er dan meer of minder auto's verkocht worden? En wat gebeurt er als Uber zijn systemen zou gaan gebruiken voor bijvoorbeeld het bezorgen van maaltijden? Is immers ook het vervoer tussen twee punten. In wezen gaat het dan om toetreders die met een kleine aanpassingen hun systemen en werkwijzen een naastliggende markt betreden.

### **Continuïteitsperspectief**

Het klant- en concurrentieperspectief zijn beide extern gericht. Maar trends kunnen ook al dan niet vergaande gevolgen hebben voor de bedrijfsvoering. Het kan uiteindelijk gevolgen hebben voor de concurrentiepositie van een organisatie. De winst kan opdrogen en de continuïteit kan dan in gevaar komen.

Om continuïteit te behouden zal een organisatie steeds op zoek moeten naar de beste manieren voor het op een rendabele manier zoeken, vinden en behouden van klanten. Kunnen de ontwikkelingen er voor zorgen dat onderdelen van onze processen anders, beter of goedkoper kunnen? Meer specifiek als het gaat om:

- Marketing?
- Verkoop?
- Productie?
- Afleveren?
- Nazorg?

### **Persoonlijk perspectief**

Naast de invloeden op klanten, concurrenten en bedrijfsprocessen kunnen nieuwe technologie ook invloed uitoefenen op de manier waarop individuen zelf werken. Het overal en altijd on-line aanwezig kunnen zijn heeft onze persoonlijke manier van werken en leven sterk veranderd. We zitten niet meer vast aan een vaste locatie, werkplek en werktijden. Nu kunnen we werken waar, wanneer en op de tijden dat we dat zelf willen. Kunnen we ons eigen werk anders, leuker en sneller gaan doen?

Zo en dan nu alle trends maar eens nalopen en kijken wat de consequenties zijn.  
Succes. Ook met de vervolgacties.