

Hoe overleef ik
als bestuurder

The age of disruption

Hoe maak ik als bestuurder vandaag de juiste beslissingen voor morgen?
Hoe blijf ik mijn concurrenten een stap voor? Hoe weet ik welke technologietrends voor mijn sector game changing worden in the age of disruption? Maar bovenal: hoe veranderen de behoeftes van mensen? KPMG biedt met dit dossier een kijkje voorbij de volgende bocht.

BEELD: BAS LOSEKOOT



Wat de mens wil

Vijf menselijke behoeften

De term *the age of disruption* beschrijft de ontwikkeling dat snelle opeenvolgende technologische doorbraken een ontregelend effect hebben op sectoren. Wie goed daarop wil inspelen, moet niet achter technologietrends aanhollen, maar moet vooral begrijpen hoe menselijke behoeften veranderen onder invloed van die technologie. Bedrijven en overheden moeten dus niet alleen naar de huidige behoeften kijken maar vooral ook nieuwsgierig zijn naar hoe de menselijke behoefte er over tien jaar uitziet. Want dat is de enige manier om als organisatie relevant te blijven. En het levert een schat aan commerciële kansen op voor wie ze durft te pakken. De ultieme antwoorden hebben we niet. Inzicht in een aantal nieuwe menselijke behoeften wel.



1 Mobiliteit: maak verbindingen voor me

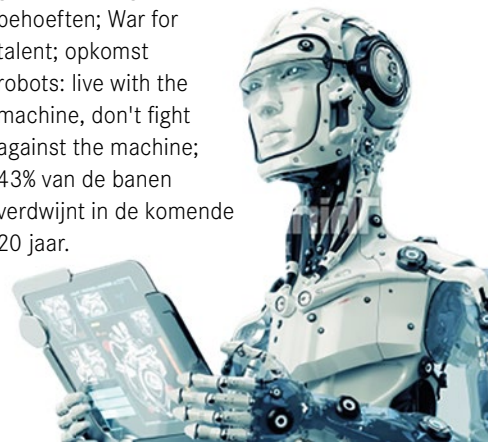
De waarde zit steeds minder in de reis van A naar B; de waarde zit in een betrouwbare verbinding met mensen of systemen om die reis te maken.

Signs of the times: Uber maakt van elke auto een taxi; Tinker daagt taxidiensten uit; het autodelen ruikt op; verhuur een kamer in je eigen huis via Airbnb; persoonlijke reisadviezen via GoogleNow; twintigers vinden hun fiets meer sexappeal hebben dan hun auto; 'Just in time' adviezen om op je bestemming te komen; experimenten met zelfrijdende auto's.

2 Werk: maak het leuk voor me

Werk is niet (alleen) een noodzaak om in het levensonderhoud te voorzien; werk is een game waarin je steeds een level hoger komt.

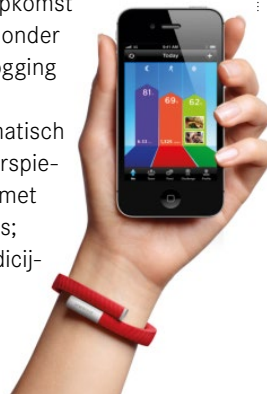
Signs of the times: Oprukken van gamification; generation X Y Z en hun behoeften; War for talent; opkomst robots: live with the machine, don't fight against the machine; 43% van de banen verdwijnt in de komende 20 jaar.



3 Zorg: schiet met scherp op me

We willen geen standaardbehandelingen om onze malheur te lijf te gaan; we willen persoonlijk maatwerk om problemen te voorkomen op basis van door ons zelf vastgelegde data.

Signs of the times: Betaalbaar DNA-profiel geeft het ultieme inzicht in uw genen; opkomst quantified self onder jongeren; lifelogging met elke twee minuten automatisch een foto; suikerspiegel monitoren met een contactlens; Nano-tech medicijnen.



4 Consumptie: van bezit naar toegang

We hebben steeds minder behoefte om dingen te bezitten; we willen vooral 24/7 en overal toegang tot alle mogelijke producten; waar mogelijk willen we dat digitaal; voor fysieke objecten zetten we in op augmented reality.

Signs of the times: Circulaire economie/Cradle to Cradle; abonnementmodellen a la Spotify en Netflix; 3D printing; Peerby; Airbnb; Google glass.

5 Leren: maak me nieuwsgierig

Leren is geen kwestie van een standaardprogramma met kennis afdraaien; leren is een kwestie van de nieuwsgierigheid prikkelen om competenties te laten groeien.

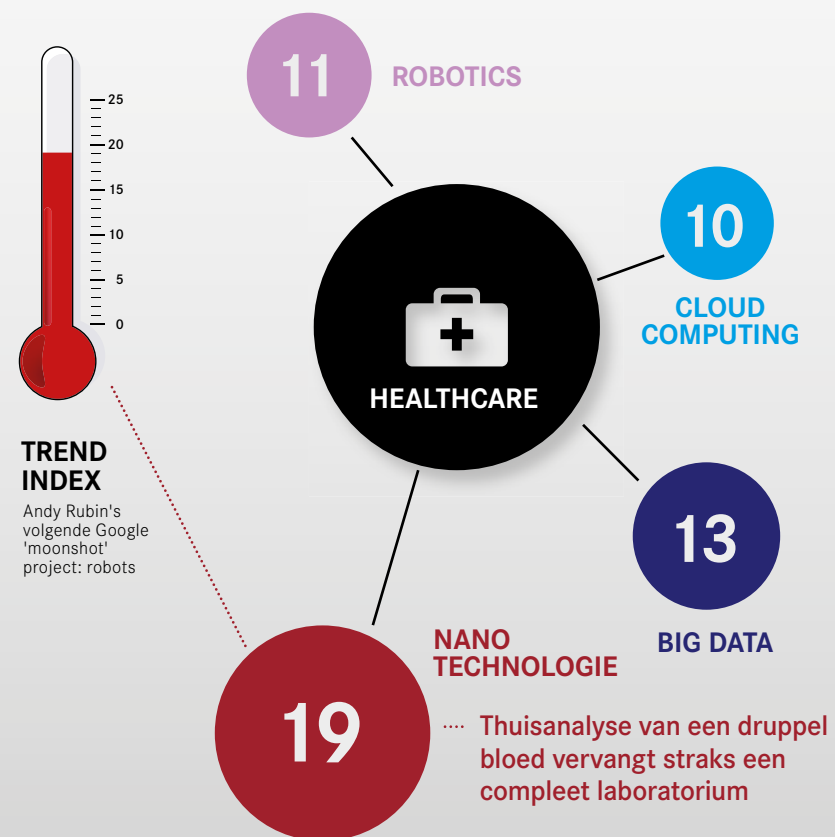
Signs of the times: Magazine Quest zoekt samenwerking met onderwijs; Harvard is bereikbaar voor iedereen via online courses; uitlegparty's op YouTube; WK Robotvoetbal; 3D printing in de klas; nu opleiden voor beroepen die nog niet bestaan.



De trends van gisteren

Wat houdt bedrijven bezig

KPMG ontwikkelde samen met startup Owlin de KPMG Technology Trends Index. Deze scan doorzoekt permanent 450.000 online bronnen op keywords in artikelen van de afgelopen 200 dagen. Daarmee stellen we vast welke nieuwe technologieën in welke sectoren veel aandacht krijgen. Ook meten we in welke technologieën fusies en overnames een rol spelen. Wat het oplevert? Een scherper zicht op de technologietrends. Het is geen momentopname, we creëren een thermometer die voortdurend verandert.



KPMG Technology Trends Index

Deze index is hier voor drie sectoren uitgewerkt. Iedere bol geeft de relatie tussen sector en technologie weer. Hoe meer er de afgelopen tijd over de technologie is gesproken in relatie tot die sector. Voor het overzicht zijn alleen de vijf grootste bollen per sector weergegeven. Kijk op: technologytrendsinde.kpmg.nl, voor de meest actuele Index en meer details over het onderzoek.

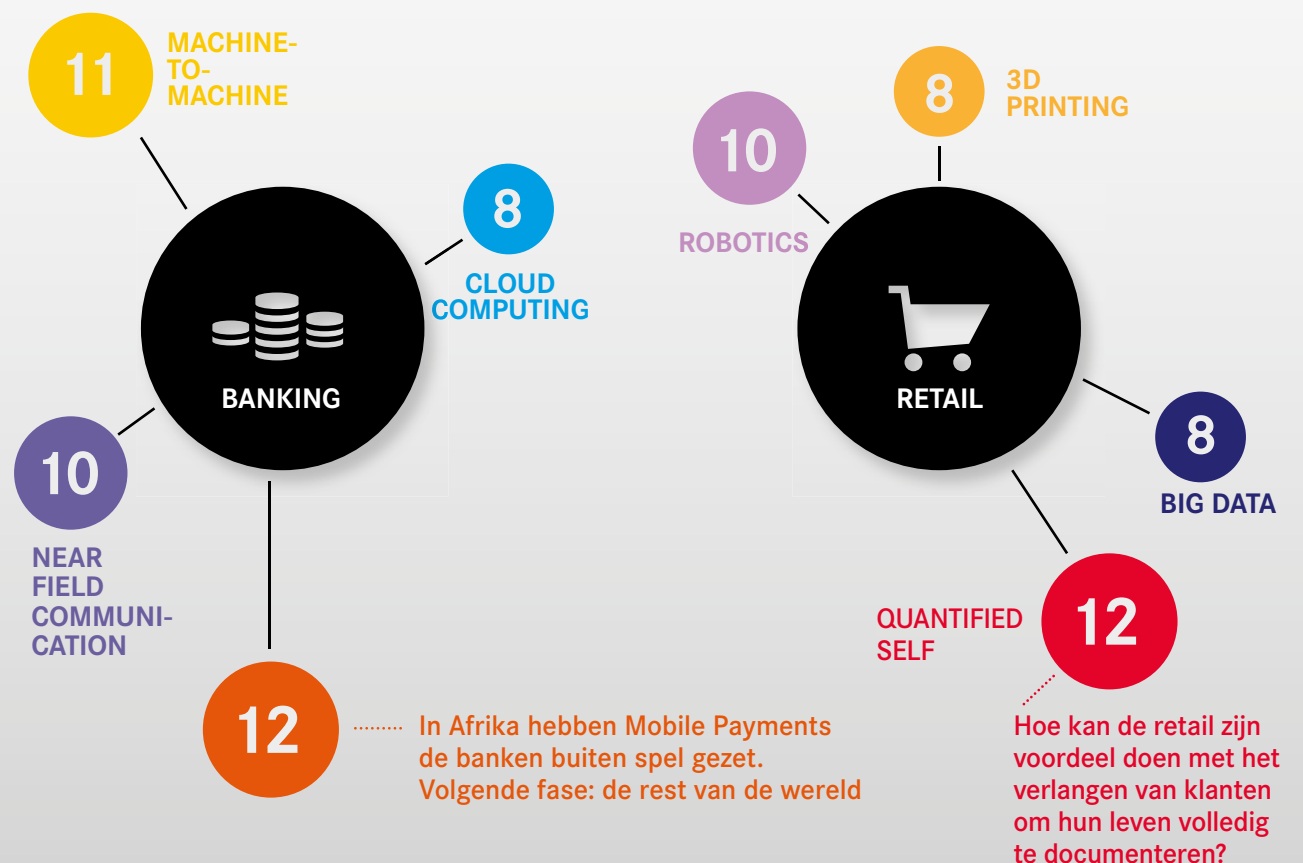


Walk versus talk

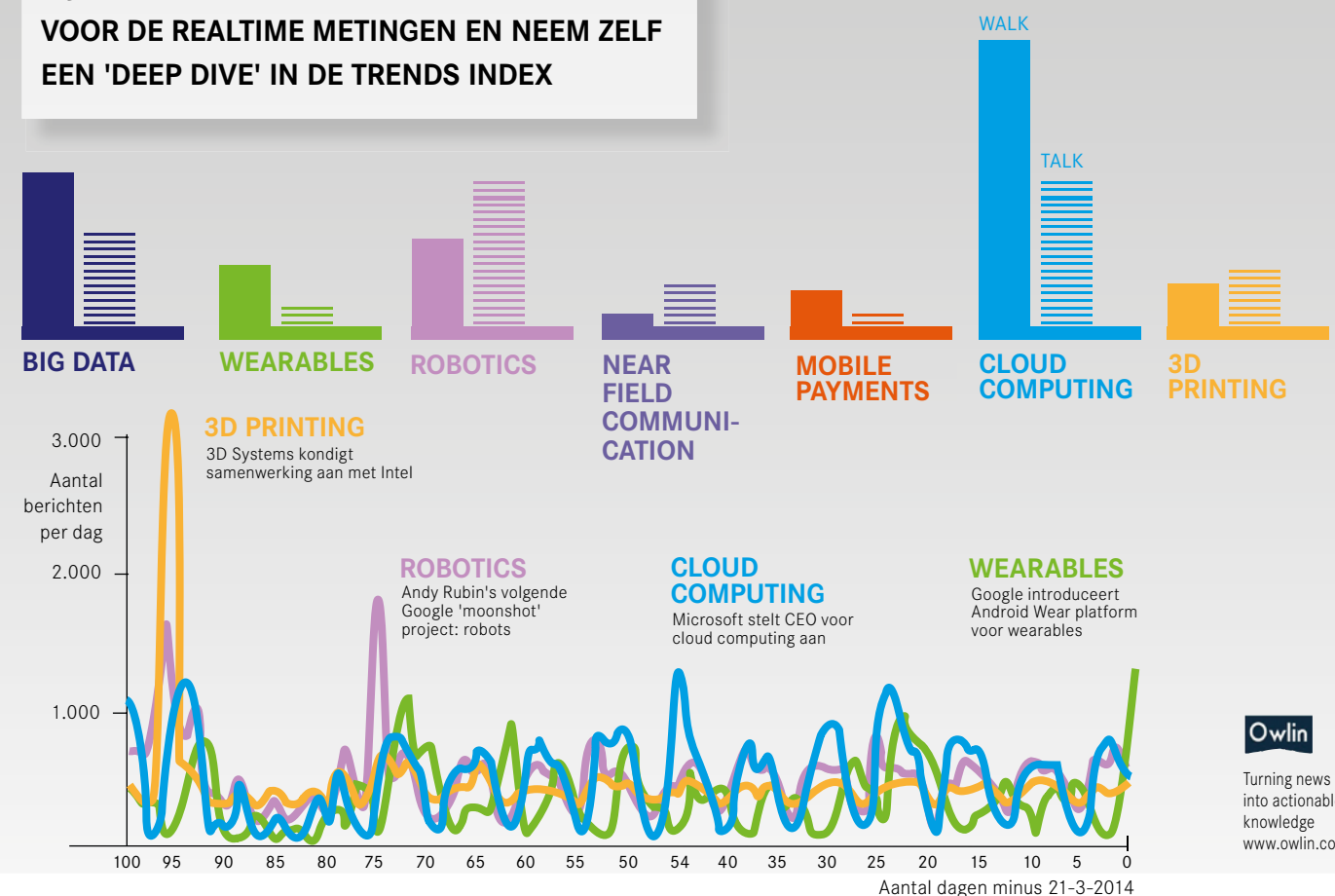
We meten niet alleen over welke technologieën veel wordt gesproken (talk), maar ook in welke technologie spraakmakende fusies en overnames plaatsvinden (walk).

Deals in de tijd

Welke fusies en overnames trekken de aandacht, gemeten naar het aantal berichten in de media? Afgebeeld is een overzicht van de 100 dagen vóór 21 maart 2014.



BENIEUWD NAAR DE TRENDS VAN VANDAAG?
KIJK OP: TECHNOLOGYTRENDSINDEX.KPMG.NL
VOOR DE REALTIME METINGEN EN NEEM ZELF EEN 'DEEP DIVE' IN DE TRENDS INDEX



De toekomst is zeker

Wat u moet doen

We betreden in rap tempo een nieuwe realiteit. De voorgaande pagina's geven een inblik in de impact van (digitale) technologie, en laten zien dat klantbehoeften en markten mede daardoor radicaal veranderen.

Elke organisatie moet kritisch in de spiegel kijken om vast te stellen of men daarop is voorbereid. Is het huidige businessmodel daar tegen bestand, of is er een diepgaande transformatie nodig?

Stelt u zich eens de volgende vragen:

Bieden we de nieuwe generatie – die extreme verwachtingen heeft – een creatieve en uitdagende omgeving waarin die generatie zich volledig kan ontplooiën?

Zijn we flexibel genoeg om in te spelen op de nieuwe IT-wereld vol kortcyclische en onvoorspelbare ontwikkelingen. En kunnen we de klassieke focus op beheersbaarheid van IT loslaten?

Durven we te experimenteren om de behoeften van klanten anders in te vullen? Kennen we hun toekomstige behoeften eigenlijk wel? Accepteren we dat experimenten samen gaan met af en toe een mislukking?

Wordt de (pijn van) de noodzaak voor verandering door de hele organisatie gevoeld?

Hebben we scherpe inzichten in nu en straks, of sturen we eigenlijk op de informatie van gisteren?

Een ding weten we zeker over de toekomst: succes is ook in de toekomst geen toeval, maar berust op het nemen van de juiste beslissingen op basis van goede informatie. We helpen u om die juiste beslissingen te nemen. Gooi vooral niet alles overboord waarmee u nu succes boekt. Maar durf wel ingesleten routines en onwrikbare waarheden ter discussie te stellen. In dat spanningsveld voelt KPMG zich thuis. Wij ontwikkelen samen met u een passende strategie, testen en toetsen door middel van concrete experimenten de haalbaarheid en zorgen daarbij voor implementatie van de strategie. Wat ons drijft? U te helpen succesvol te zijn en te blijven in de nieuwe realiteit. Meer weten? kpmg.com/nl/extreme-digitalisering.

KPMG

cutting through complexity