

De toekomst is aan anticiperende menselijke organisaties



Auteur:
Fons Langedijk, Senior Channel Manager
ABN AMRO

17 februari 2016 - Dit was de boodschap van Tony Bosma die behoort tot de top 100 beste en meest invloedrijke futuristen ter wereld. We zijn vanavond te gast in het prachtige pand van Microsoft op Schiphol en Tony neemt ons mee in zijn inspirerende verhaal over de wereld in transitie.

Vele stellingen en uitspraken zoals “Vanaf moment dat je bent geboren word je geconditioneerd”, “Een vis in het water heeft niet door dat het nat is” en “het Westers economisch model en de mindset zijn compleet destructief voor onze planeet” vliegen ons om de oren.

Het verhaal zet je aan het denken wat dit voor jezelf en jouw eigen organisatie kan gaan betekenen. Donkere wolken beginnen zich samen te trekken in mijn hoofd....

Gelukkig worden vervolgens door Tony uitspraken gedaan hoe we met deze veranderende wereld zouden kunnen (moeten?) omgaan en wordt mijn gemoed weer wat positiever. Hierbij moet je denken aan “Echte intelligentie is in twijfel trekken van de wereld om ons heen”, “Als patronen worden doorbroken ontstaan nieuwe werelden” en “We hebben het andere van anderen nodig om vooruit te komen”.

De meest klantvriendelijke en succesvolle bedrijven zijn zij die service & contact als doel hebben en niet kosten & efficiency. Daarnaast hebben deze bedrijven de verantwoordelijkheden bij de contactmedewerkers gelegd, excelleren ze in technologie en focussen ze op de details in hun contact. Ze gebruiken hierbij de technologie om persoonlijk te zijn.

De klant zoekt naar betekenisvolle organisaties die ambachtelijkheid waar maken en we zouden moeten werken aan een anticiperende en menselijke organisatie om succesvol te zijn. Dit kunnen we doen door het aanvoelen, inleven en begrijpen van onze klanten. Aldus Tony in zijn zeer aansprekende presentatie.

DTG een bedrijf in transitie

De tweede presentatie van de avond krijgen we van een enthousiaste Karin den Ouden, Business Release Manager bij DTG. Veel mensen kennen dit bedrijf nog als “De Telefoongids & Gouden Gids”. Net als vele andere heeft DTG de afgelopen 5 jaar haar markt radicaal zien veranderen. Hierdoor zijn ze gedwongen in een versnelde transformatie terechtgekomen waarbij in 2 jaar (!) de omslag gemaakt is van marketingdiensten gebaseerd op printproducten naar een marketingservicebedrijf voor het MKB gebaseerd op online, cloud based diensten.





De grote kloof tussen het online gedrag van consumenten en van bestaande (lokale) ondernemers bood DTG een kans om daar een dichtende rol te spelen. Zeker gezien het feit dat driekwart van de MKB-ers zichzelf niet deskundig vindt op dit gebied.

De omslag was alleen mogelijk door transformatie van het hele bedrijf: de cultuur, het productportfolio, de klantbenadering en het systeemlandschap. Centraal in deze transformatie staat de klant met haar behoeften en wensen.

De visie en het doorzettingsvermogen van de CEO, het commitment van de aandeelhouders en de inzet van medewerkers hebben gezorgd dat er veel is bereikt in de afgelopen 2 jaar:

- DTG.nl gelanceerd, inclusief MijnDTG, social interaction en eCommerce
- Verschillende Customer Journeys gedefinieerd
- NPS is met 48 punten gestegen
- Succesvolle migratie van Print naar Online, waarbij Online nu substantieel bijdraagt aan de omzet

Ook de komende periode komen er zowel kansen als bedreigingen op DTG af zoals Big Data, Ad Blocking, Virtual Reality en Internet of Things. DTG werkt er hard aan om ook hierbij op de rijdende trein mee te kunnen!

Presentaties Inspiration Trends en de impact op klantgericht ondernemen

[Ga naar onze kennisbank](#) om de presentatie van Tony Bosma op te vragen, de filmpjes die Tony heeft laten zien te bekijken en de presentatie van DTG te downloaden.

Meer informatie of vragen over PvKO? Mail communicatie@pvko.nl