

Grip op de toekomst!



Ooit was ik getuige bij een live presentatie van de TrendRede. Een mooi, jaarlijks initiatief waarin 12 trendwatchers zich buigen over de ontwikkelingen in de maatschappij om die vervolgens te vertalen naar verwachtingen voor onze toekomst. Handig, want om goed plannen te kunnen maken is kennis van de toekomst onontbeerlijk. En zo lees ik ook Cijfers en Trends van de Rabobank, scan ik de voor mijn beroepsgroep belangrijke Interim Index (van Schaekel & Partners) en pak ik incidenteel een FD Outlook bij de hand. En waarschijnlijk doet u iets vergelijkbaars. Maar hoe serieus nemen we die trends nu eigenlijk?

Eén van de drijfveren voor de ontwikkeling van mijn Future Proof-aanpak was de constatering dat veel organisaties te weinig gebruik maken van beschikbare informatie, van trendanalyses. Waar managers en bestuurders wel de moeite nemen een duidelijke 'stip aan de horizon' te plaatsen wordt veelal vergeten dat die horizon en de weg ernaartoe er over een paar jaar wel eens heel anders uit kunnen zien. Te veel focus op de stip, te weinig aandacht voor de omgeving die – heel onhandig – ook verandert. Te vaak ontdekt men halverwege of aan de finish dat de route toch niet optimaal was. 'Met de kennis van nu, hadden we...' klinkt er dan. Nou, **had die kennis van nu dan toen gebruikt!!**

Trendwatching is geen exacte wetenschap. Waar de weersvoorspelling vaak al binnen een dag wordt gelogenstraft geldt hetzelfde - op iets langere termijn - voor een voorspelling van consumentenvoorkeuren, wisselkoersen en - voortdurend actueel - van de economische groei in Nederland. Toch heeft u, als ondernemer of manager, behoefte aan een zekere inzichtelijkheid van de toekomst. **Want anders gaat u wellicht scholen bouwen in een sterk vergrijzende omgeving. Of koopt u derivaten terwijl de rente daalt.** Maar hoe komt u aan die wijsheid? Hoe brengt u uw toekomst in kaart?



Een geruststelling: u heeft geen glazen bol nodig om vooruit te kunnen kijken. En voor een MKB onderneming hoeft u ook niet de hele wereld in kaart te brengen. Om belangrijke beslissingen te kunnen onderbouwen komt u een heel eind met het benoemen van een beperkt aantal omgevingsfactoren die voor uw organisatie van cruciaal belang zijn. Zelf neem ik een aantal van drie als uitgangspunt; daarmee is echt het belangrijkste deel van de omgeving in beeld.

Waar moet u dan aan denken? Afhankelijk van uw bedrijfsactiviteit, grootte en andere factoren kunt u denken aan bijvoorbeeld wisselkoers, BNP, klimaat, technologie, arbeidsmarkt, demografie, wet- en regelgeving, emancipatie, grondstoffen... Het vaststellen van die drie cruciale succes- of faalfactoren gebeurt op basis van een goede analyse van de huidige resultaten. Niet binnen de organisatie, maar juist erbuiten. Waarom is de vraag naar uw product gestegen of juist gedaald? Waarom zijn uw kosten gewijzigd? Of u nu heel succesvol bent, of juist mindere resultaten behaalt: **het 'waarom' is cruciaal** – en vaak onderbelicht.



Trendwatchers brengen de verwachte ontwikkelingen in kaart. De titel wordt vaak voorbehouden aan de professionals die zich richten op de macro ontwikkelingen in de maatschappij, maar analisten van banken en strategen van multinationals doen in feite hetzelfde. En omdat ook zij geen glazen bol gebruiken blijft het resultaat op zijn best een verwachting. De toekomst laat zich niet leiden, de nieuwe realiteit hangt af van een combinatie van talloze kleine beslissingen van individuen, natuurverschijnselen en een vleugje toeval. En soms zijn we eenvoudig niet in staat om een scenario te bedenken, zoals de ineenstorting van de luchtvaartmarkt na 9/11.



Desalniettemin zijn voor de geoefende kijker patronen herkenbaar en kunnen bewegingen met een redelijke mate van waarschijnlijkheid worden voorzien. **Ook die van die drie externe factoren die voor uw succes of falen zo bepalend zijn.** En om als ondernemer of manager die kennis niet op te zoeken en te gebruiken is ronduit jammer. Want door tijdig voor te sorteren op de juiste afslag kom je sneller en veiliger op je bestemming, c.q. realiseer je gemakkelijker en met minder kans op faalkosten je doelstellingen. **Grip op de toekomst**, inzicht in bepalende factoren... grote woorden die met relatieve eenvoud gerealiseerd kunnen worden. Hoe Future Proof ben jij?

Voor meer informatie: www.futureproof.nu