

Presentatie: Communicatietijdperk: inzicht en invloed op de financiële sector.

De strekking van de presentatie was dat er een nieuw tijdperk aankomt: het communicatietijdperk. Nico Francken heeft een analyse gemaakt van het succes van Apple en Toyota en gezocht naar de diepere bedrijfslogistieke mogelijkheden die hieruit ter herleiden zijn voor de financiële sector. Daarnaast kwam de relevantie en toepasbaarheid van de Nolan Hypothese (jaren '70) aan bod.

Apple

Apple biedt met de iPod, iPhone en iPad:

- een 'Value Experience Vehicle' waarmee de consument een waarde-ervaring etaleert,
- die deel uit maakt van de identiteit & functionaliteit onder de knop biedt waardoor
- die de behoefte aan - productenten van fysieke dragers overbodig maakt.

Het Value Experience Vehicle schept een nieuwe markt(entree) waarmee hoogwaardiger Customer Intimacy (letterlijk) onder handbereik komt. Herijking van de rol van de ketenpartijen is aan de orde. Door als equivalent het Financial Experience Vehicle te ontwikkelen kunnen partijen in de Financiële Sector *een nieuwe markt(entree) creëren*. En door middel van hybride services een 'Brand Value Experience' bouwen.

Toyota

Door het Value Experience Vehicle als uitgangspunt te nemen in plaats van een auto wordt de Toyota Manier veel dieper 'in de vezels' toepasbaar op het logistieke proces van banken en verzekeraars. Dit leidt tot het inzicht dat de huidige logistieke procesgang verkeerd om stroomt. De supply chain is ontworpen vanuit het product; de value chain vanuit de consument. Communicatietechnologie maakt informatie-dragers overbodig en alle logistieke componenten krijgen in de waardeketen een 'inverse werking'. Producten worden services, acceptatie wordt taxatie etc. Dit resulteert in een viertal typen waardeketens, bestaande uit schakelbare hybride (digitaal / fysiek) services.

Door de tegengestelde stroomrichting als werkhypothese te nemen wordt het mogelijk om functies uit de bestaande supplychains methodisch te reconstrueren tot hybride services (*revitaliseer supplychain*). En zo *systematisch migratie* te bewerkstelligen in enkelvoudig projectverband.

Nolan hypothese

De Nolan hypothese is nu meer relevant dan ooit. Één keer begrepen hebbend wat de impact van het communicatie tijdperk is, wordt er met een andere blik naar de lopende projecten / prioriteiten gekeken. En wordt het mogelijk, veel meer dan gedacht, dublures uit de bedrijfsvoering te zeven. Door uit te gaan van een doelstructuur [Grand Design, Value Concepts, Value Chains] wordt het mogelijk om grootschalige multidimensionele projecten terug te brengen tot parallelle enkelvoudig gedimensioneerde projecten, die per type actor in de keten verankerd liggen (1 vinger in de pap). Zo kan er *organische integratie* met een Toyota diepgang (factoren prestatieverbetering) in de organisatie ontstaan.

Samenvattende propositie

