

Crowd of out?



door: Bart Stofberg

Hoeveel mensen werken er in jouw onderneming? Zeventig of zevenhonderdduizend? Als er zevenhonderdduizend mensen in jouw onderneming werken, dan vormen zij ruwweg 0,01 procent van de wereldbevolking. Ergo: 99,99 procent van de wereldbevolking werkt dus niet voor jouw onderneming. Kan jouw onderneming zich dat wel veroorloven? Die 99,99 procent, 7 miljard mensen – min die zevenhonderdduizend natuurlijk – heten samen de crowd. De crowd heeft, letterlijk, alle talent, alle creativiteit, alle kennis en alle vakmanschap van de wereld. We leven in dynamische tijden. Om succesvol te zijn moet je alle talenten waar je over kunt beschikken, inzetten. En niet alleen die 0,01 procent die op jouw loonlijst staat. De IT is al gevirtualiseerd, nu de onderneming nog. Met de cloud kun je kosten besparen. Maar met de crowd kun je je dienstverlening verbeteren of geheel nieuwe diensten realiseren. Met de crowd kun je sneller inspelen op veranderingen en met de crowd kun je die veranderingen ook nog eens eerder herkennen.

Deel 6: Een virtuele organisatie

In India zijn niet zo veel banken. De meeste mensen kunnen zich helemaal geen bankrekening veroorloven. Veel mannen werken in de grote steden, terwijl hun familie (vrouw, kinderen, ouders) soms wel duizend kilometer verder woont. Het geld gaat via-via van die man naar zijn familie. Hij geeft het aan een vriend, die geeft het weer aan een ander, die weer aan iemand anders enzovoort. Het gaat eigenlijk best goed, er raakt niet eens zoveel kwijt.

EKO India Financial Services zetelt in een oude garage, maar is ook een bank, met meer dan 700.000 klanten. Die klanten hebben een rekening die ze met een mobiele telefoon kunnen bedienen. Maar de kracht van EKO zit hem in zijn 'kantorennetwerk'. Dat wordt gevormd door meer dan 6000 kioskhouders. In de kiosken kun je frisdrank, sigaretten, snoep kopen en boodschappen doen. En je kunt er geldtransacties doen.

De man in Delhi stort een deel van zijn salaris bij de kiosk op zijn rekening. Daarna boekt hij geld over van zijn rekening naar die van zijn familie. Die gaan naar de kiosk bij hun in de buurt en nemen het geld weer op. Een complete bank, gerund vanuit een garage. Met creatieve inzet van mobiele technologie en van de crowd. Je zou het crowd organization kunnen noemen.



Hoe zit dat bij jullie? Voor welke business-activiteiten missen jullie de expertise, de geografische spreiding of iets heel anders? Is er werk dat beter buiten de organisatie kan worden uitgevoerd, dan er binnen? Door individuen (crowd) of door partijen (outsourcing)? En eigenlijk nog veel belangrijker: Stellen jullie dit soort vragen wel eens aan jezelf? Stellen jullie jezelf wel eens rare vragen: Hoe kunnen we dit proces tien keer zo snel doen? Of tien keer goed-

koper? Hoe kunnen we de klant veel beter helpen dan we nu doen? Niet gewoon beter, maar veel beter. Waar in het primair proces creëren we meer ergernis dan toegevoegde waarde? En steeds weer: Hoe kunnen we dat ingrijpend anders en beter doen? En als jullie dat soort vragen nooit stellen, stellen jullie jezelf dan wel eens de vraag: "Waarom stellen wij onszelf nooit dat soort vragen?"

Deel 7: Crowd presence

In de buurt van de Niagara Falls voer een paar jaar geleden een groot schip tegen een brug aan. Niet tegen de pijlers, maar hij paste er niet onderdoor. Grote ravage, schip onthoofd, brug ontworcht. Volgens de kapitein van de boot ging de brug ineens naar beneden, volgens de brugwachter was die allang dicht. Wie had gelijk?



In één keer alle spelden in de hooiberg gevonden



De partij van de kapitein heeft toen een sms gestuurd naar alle mobiele telefoons die op dat moment in de buurt waren. Of iemand misschien iets gezien had. En jawel, dat was het geval. Sterker nog, iemand had de botsing zelfs gefilmd. Uit dat filmpje bleek zonneklaar dat de brug dicht ging op het moment dat het schip kwam aanvaren. Case closed. De eigenaar van de brug werd verantwoordelijk gesteld voor de schade.

In zekere zin maakte de kapitein gebruik van de crowd. In één keer alle spelden in de hooiberg gevonden. Hij was alleen niet op zoek naar creativiteit, vakmanschap of kennis, maar naar aanwezigheid. Aanwezigheid kan ook een belangrijke reden zijn om mensen van buiten je organisatie te laten bijdragen aan jouw organisatie. Omdat ze dingen kunnen zien die jij niet kunt zien, of omdat ze dingen kunnen doen die jij niet kunt doen. Wat voor dingen? Tja, dat hangt natuurlijk af van jullie bedrijfsvoering. Maar je zult je in ieder geval moeten afvragen waar anderen beter ter plaatse zijn dan je eigen mensen. Welke crowd presence kan jouw organisatie goed gebruiken? Je kunt er maar beter een visie op hebben.