



# 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 10: R&D delen

**Lego verdiende vroeger geld met de verkoop van steentjes, maar dat is allang niet meer zo. Tegenwoordig verdient Lego veel meer geld met de verkoop van bouwdozen. Ze hebben dan ook een heuse Research & Design-afdeling, die nieuwe dozen bedenkt en ontwerpt. Een paar jaar geleden ontdekte de it-afdeling dat hackers aanpassingen deden op de ontwerpen in aanbouw. Na allerlei discussies (Security! Afschermen! Schande!) kwam Lego tot een controversieel besluit: Ze zetten min of meer hun hele R&D op het internet en stonden iedereen toe om mee te denken over en mee te werken aan nieuwe bouwdozen. Ze zetten R&D in de crowd.**

Het resultaat was spectaculair. De fans van Lego die eraan meededen kwamen met hele andere ideeën dan de R&D-afdeling. Die bestond vooral uit mannen, de meisjeslijn van Lego had tot dan toe nooit echt gelopen. Maar de nieuwe meisjeslijn, met alle ideeën van buiten, was buitengewoon succesvol. Op dezelfde manier ontstonden veel meer nieuwe lijnen en bouwdozen, de één nog succesvoller dan de andere. Als een ontwerp 10.000 likes kreeg, werd het in productie genomen. Dat leverde een extra voordeel op. Elke doos had al een gegarandeerde omzet. Iedereen die eraan had meegewerkt en een groot deel van degenen die hadden 'geliket' kochten de doos.

Pythagoras heeft ooit gezegd: Als je vreugde wilt vermenigvuldigen, dan moet je het delen. In het

verlengde daarvan: Als je het design deelt, vermenigvuldig je de verkoop. Crowd design heeft een heleboel voordelen: veel meer creativiteit en blikwisseling en dus veel meer variatie. Betere aansluiting op consumenten, de ontwerpers staan midden tussen de klanten. En klanten die medeplichtig zijn aan de productie. Wat wil je nog meer? Don Tapscott en Anthony Williams noemen in hun boek Wikinomics dit soort klanten 'prosumenten'. Steeds meer bedrijven betrekken prosumenten bij het ontwikkelen van hun producten en diensten, steeds intensiever en steeds interactiever. Hoe is dat bij jullie? Kunnen jullie consumenten meedenken en misschien wel meebeslissen? Wat is jullie visie op dit thema? En mogen jullie zelf meepraten over dit onderwerp? Zijn jullie al prosumenten van het crowd-beleid van jullie onderneming?

## Deel 11: Deel en beheers

**Bij mij in de straat heeft ieder huishouden één of meer hamers. Ik gebruik misschien één keer per maand een hamer. Eigenlijk hebben we aan twee of drie hamers voor de hele straat genoeg. Maar zover zijn we nog niet. Wel met de ladders. In onze straat hebben we twee lange ladders en die kan iedereen gebruiken. Ladders delen is rendabel. Een ladder is duur en neemt veel ruimte in. Hamers delen is niet rendabel. Nog niet.**

We leven in een tijd van overvloed, maar dat begint al op te houden. We komen zo langzamerhand op wereldschaal een heleboel tekort. Energie, grondstoffen, schone lucht, voedsel en zelfs water. Duurzaamheid wordt steeds meer een thema. En daar komt nog iets bij. De jongere generaties zijn niet meer zo gericht op bezit als de oudere generaties. De jongeren zijn meer van gebruik dan van bezit. Waarom zou je een heleboel DVD's, CD's en boeken in kasten hebben staan als je de inhoud heel eenvoudig kan streamen? Bovendien heb je dan in potentie alle films, alle muziek en alle boeken tot je beschikking en in plaats van je eigen kleine selectie. Meer welvaart met minder bezit.

Deze manier van denken kun je op alle producten en diensten loslaten. Dat gebeurt dan ook! Er ontstaan

groepen van mensen die dingen met elkaar delen. Bij Airbnb kun je kamers huren van en verhuren aan andere particulieren, een serieuze bedreiging voor de hotelsector. Zelfs zo serieus dat hostels en hotels zelf op Airbnb gaan om überhaupt nog gevonden te worden. Je kunt wasmachines en keukenapparatuur tegenwoordig eenvoudig huren. De Mediamarkt mag wel uitkijken. Bij Mud jeans kun je spijkerbroeken huren en waarom zou het bij spijkerbroeken blijven? Voordeel van huren: De producent neemt het gebruikte goed weer mee en kan het recyclen. Een grote stap richting cradle-to-cradle. Bij Mercedes, BMW en Car2Go kun je je abonneren op mobiliteit. We zijn serieus aan het veranderen van bezit naar gebruik. Crowd sharing is in opkomst. Verdeel en heers, maar dan heel anders. Wat betekent dat voor jullie bedrijfsvoering?



Crowd sharing knaagt aan de poten van menig bedrijfsmodel. En de meesten hebben niks in de gaten. Maak je je zorgen over de toekomst van

jouw bedrijf? Dan zou ik die zorgen maar snel gaan delen. Delen is in.