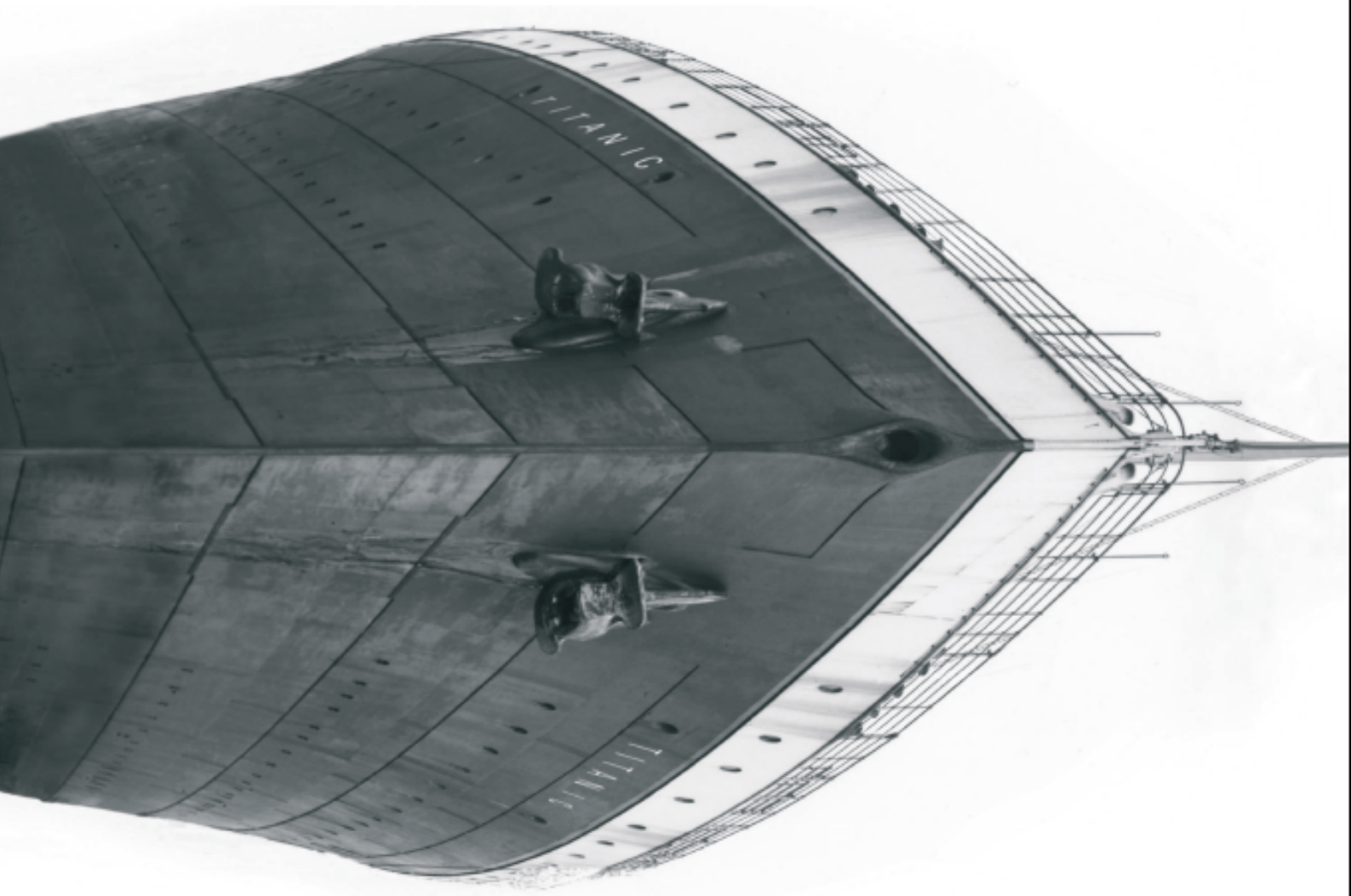
NIGHTMARE COMPETITOR



The Nightmare Competitor

Be prepared for the unpredictable!

We hebben het de afgelopen jaren herhaaldelijk gezien: plotseling wordt de gevestigde orde uit onverwachte hoek meedogenloos aangevallen met als gevolg substantieel verlies van marktaandeel of zelfs bedreiging van het voortbestaan. We kennen de voorbeelden: Easyjet en RyanAir in de luchtvaart, Skype in de telecom, Amazon en Bol voor tussenhandel in boeken en muziek, Dell voor de PC-markt. En recenter, dichter bij huis: casus.com voor de notarissen, makelaarsland.nl en ilocal die Telefoongids en Gouden Gids aanvalt. Nachtmerries voor de gevestigde orde!

Hoe kan dat gebeuren? Gevestigde bedrijven doen braaf hun strategische analyses, omgevingsverkenningen en SWOT's. Maar blijkbaar weten de zogenaamde Nightmare Competitors genadeloos de zwakke plekken en de blinde vlekken te vinden. Ze hebben een beter besef van de mogelijkheden van nieuwe technologie, de behoeften van nieuwe doelgroepen, de kansen van andere logistieke concepten. En wat ook helpt: ze slepen geen verleden met zich mee en ze hebben lak aan de impliciete conventies in een branche. Ze spelen het spel onvoorspelbaar en altijd hard. Wat is de kracht van Nightmare Competitors? Hun aanpak en aanval is gebaseerd op een paradigm shift – ze introduceren een nieuwe manier van denken en werken, nieuwe spelregels. Ze veranderen het spel op een wijze die onomkeerbaar is. De branche is na de Nightmare Competitor definitief anders geworden.
Zoals Confusius zei: "Ervaring is als een lamp op je rug. Ze verlicht het pad achter je." En het risico is de neiging om met het gezicht naar achteren te gaan lopen. Immers, daar is het licht!

Wat kunnen gevestigde bedrijven hiertegen ondernemen? Is er wel verweer mogelijk, of moeten we hopen dat de nightmare aan onze sector voorbij gaat? Wat zijn dan je opties, als gevestigd bedrijf in een gezonde markt? Rustig wachten tot de klap komt? Of zijn er mogelijkheden om je te wapenen tegen dergelijke nachtmerries?

Het probleem daarbij is natuurlijk dat er vaak geen sense of urgency is (het gaat immers goed!) en dat men geneigd is in de gangbare patronen te blijven denken ('de lamp op de rug'), waardoor het lastig wordt om tot een echte paradigm shift te komen.

Wat heeft Creados te bieden?

Creados heeft een analyse gemaakt van Nightmare Competitors in diverse branches, de reacties erop van de gevestigde spelers bestudeerd en op basis daarvan een aanpak en instrumentarium ontwikkeld om bedrijven te helpen zich voor te bereiden op Nightmare Competitors. Behalve met methodische aspecten, is ook rekening gehouden met de psychologische kant die de gevestigde orde zwak maakt, namelijk het gevoel van veiligheid - schijnveiligheid. De kern van de aanpak is: haal deelnemers uit hun comfort- zône, voorzie ze van de juiste instrumenten en praktijkcases en laat hen daarmee gewapend een eigen Nightmare Competitor maken.

Wat heeft u er aan?

Afhankelijk van doelstelling en opzet, levert het Nightmare Competitor programma het volgende op:

- De aanval is de beste verdediging. Je kunt besluiten om de Nightmare Competitor daadwerkelijk te realiseren en op de markt te brengen.
- Een verdedigende strategie: werk de nightmare strategie zó ver uit dat je direct kunt terugslaan op het moment dat een reële Nightmare Competitor op de markt verschijnt.
- Een uiterst scherp proces van strategievorming. Een inspirerende en effectieve start van de jaarlijkse ronde van businessplanning.
- Het ontwikkelen van een Nightmare Competitor leidt tot verscherping van de externe oriëntatie, marktbewustzijn en klantgericht denken. Het bevordert daarnaast ook creativiteit en flexibiliteit.

De Werkwijze

Het is geen geringe inspanning om zelf een Nightmare Competitor te maken, het vraagt om:

- Het verlaten van de bekende kaders, uit de comfort zône stappen en zoeken naar de verborgen veronderstellingen over je eigen bedrijf, je diensten, de markt, ontwikkelingen – kortom: het overschrijden van je eigen paradigma.
- Het vrijmaken van het denken, om nieuwe, creatieve invalshoeken te onderkennen en te toetsen.
- En de discipline om een ontwerp te maken. Een Nightmare Competitor is meer dan een idee of ingeving – het is een ijzersterk ontwerp.

Creados beschikt over de methoden, technieken en heuristieken om dit proces te begeleiden, zodat de creativiteit van de deelnemers optimaal wordt gebruikt. Hierbij wordt geput uit de ruime ervaring die Creados heeft met het tot stand brengen van paradigm shifts voor bedrijven in verschillende sectoren.
Er is natuurlijk geen recept voor het vinden van het onbekende; er zijn wel technieken om creatieve sprongen te maken. Die technieken kun je leren, maar je weet pas of je gevonden hebt wat je zocht als er een spontaan 'Eureka' opwelt. Vanuit die energie wordt vervolgens het ontwerp van de Nightmare gemaakt. En dan is de geest uit de fles…

BE PREPARED FOR

Contact:
Creados B.V., Middenweg 3, 1217 HS Hilversum
Tel. 0356214663 / 0641922868, e-mail:t.vandenbrink@creados.nl

CREADOS
creative cultures

THE UNPREDICTABLE