

Externe focus essentieel voor PROCESVERBETERING

► Procesverbeteringen zijn belangrijk, maar zijn vaak intern gefocust, terwijl de grote winst buiten de organisatie te halen valt: om intern te verbeteren, is juist een externe focus essentieel. Dat is een van de conclusies uit het jaarlijkse onderzoek naar netwerkregie, dat de Rotterdam School of Management en BearingPoint sinds 2011 uitvoeren.

Bedrijven die een heldere bedrijfsstrategie volgen, presteren over het algemeen beter. Tot zover niets nieuws. Om echt beter dan de rest te presteren, is niet zozeer de interne procesverbetering cruciaal, maar juist het vermogen om goed samen te kunnen werken met ketenpartners. Met andere woorden: een bedrijf moet een goede netwerkregisseur zijn.

Netwerkregie is niet iets om 'er even bij te doen', vinden Otto Koppius van Rotterdam School of Management en Axel Visser van BearingPoint Management & Technology Consultants. 'Het is echt een noodzakelijke voorwaarde. Als we kijken naar de data uit ons onderzoek, dan scoren bedrijven met een lage score op netwerkregie nooit hoog in operational excellence. Daarentegen zijn alle bedrijven die hoog scoren op operational excellence, ook altijd goede netwerkregisseurs.' Het omgekeerde is daarentegen niet per se waar: er zijn goede netwerkregisseurs van wie de pro-



cessen niet excellent zijn.

Kortom, om als bedrijf uit te blinken, is een netwerk nodig. Zonder business partners lukt het niet en Koppius en Visser menen dat dit bedrijven dwingt om na te denken over hun netwerkstrategie. Hoe moeten ze zich positioneren in het netwerk? Met welke business partners moeten ze samenwerken, op wat voor manier en met welk doel? 'Operational excellence hoeft niet het enige doel te zijn van netwerkregie. Business partners kunnen namelijk ook een uitstekende bron van nieuwe innovaties zijn, daarbij prima passend bij een Product Innovation-strategie.' Evenzo heeft een customer intimacy-strategie een netwerkaspect. 'Lang niet elk bedrijf heeft de kwaliteit en investeringsruimte om klantgerichtheid een echt speerpunt te maken. De groei van gespecialiseerde customer contact centers speelt hierop in, om bedrijven veel werk uit handen te nemen op dit vlak.'

