

# Van best practise naar next practise

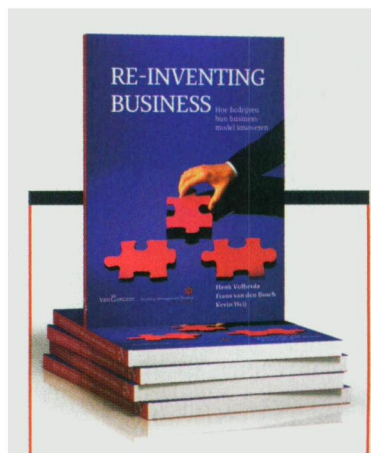
Het is algemeen bekend dat in onze snel veranderende wereld innoveren een voorwaarde is voor succes. Maar toch verwaarloost een op de drie bedrijven zijn businessmodel. In *Re-inventing business* geven Volberda c.s. op systematische wijze een inzicht in businessmodellen van bedrijven en instellingen.

Uitgangspunt in dit boek is niet of je je businessmodel verandert, maar wanneer, in welke mate en vooral hoe. Welke factoren zijn hierbij van belang? Wat is de rol van het management? Dat zijn de vragen die dit boek stelt. Mag dan niets meer hetzelfde blijven? Toch wel. Aldus deze praktische wetenschappelijke visie op businessmodelinnovatie. In 1975 ontwikkelde Kodak de voorloper van de elektronische camera. In 2012 vroeg hetzelfde bedrijf uitstel van betaling aan. Dit voorbeeld laat zien dat een technologische voorsprong dus niet altijd leidt tot commercieel succes. Belangrijker dan de juiste uitvinding is de vraag of een bedrijf zijn businessmodel op tijd vernieuwt. En welke factoren hierbij van belang zijn. Dit is het centrale thema van *Re-inventing business*. De auteurs, allen verbonden aan de Rotterdam School of Management, gingen in hun aanpak niet over een nacht ijs. Een survey onder 10.000 organisaties in Nederland, alsmede tientallen casestudies liggen ten grondslag aan het boek. De uitkomsten geven genoeg stof tot nadenken. De auteurs nemen de lezer mee in de wereld van businessmo-

dellen, startend met wat een businessmodel is en wat het toevoegt. Hierna beschrijven ze hoe een aantal bedrijven businessmodelinnovatie aanpakt en hierbij de keuze maken tussen replicatie en innovatie of een combinatie van deze twee. Een volgend hoofdstuk behandelt de hefboomen die kunnen worden ingezet, te weten technologische vernieuwing, management, organisatie en co-creatie. In de vorm van casestudies worden de katalysatoren en weerstanden behandeld die je tegen kunt komen en als laatste wordt stilgestaan bij de rol van het management bij businessmodelinnovatie. Het boek sluit af met een discussie rondom een aantal do's en don'ts van Nederlandse managers. Het is hiermee een compleet en gestructureerd boekwerk dat op systematische wijze de aspecten van businessmodelinnovatie in kaart brengt. De waarde van het boek ligt hem vooral in het gedegen behandeling van het onderwerp en de koppeling met de praktijk. In het boek worden namelijk tientallen cases beschreven van succesvolle en minder succesvolle aanpassingen van businessmodellen. In een aantal gevallen (o.a. DSM,

NXP, Havenbedrijf Rotterdam) worden deze cases verder uitgewerkt en gekoppeld aan het ontwikkelingsmodel van businessinnovatie. Gegeven het feit dat iedere manager zijn businessmodel op gezette tijden tegen het licht dient te houden is dit boek een echte aanrader. *Re-inventing business* zet enerzijds aan tot reflectie en anderzijds inspireren de vele voorbeelden tot actie. Het is daarmee een prima gids voor de reis van 'best practise' naar 'next practise'.

**Robert Paul Schwippert** is eigenaar van adviesbureau Delta Company.



**RE-INVENTING BUSINESS**  
**Henk Volberda, Frans van den Bosch, Kevin Heij**  
 Paperback, 272 blz., 1e druk, 2013, Van Gorcum  
 9789023251460  
**€ 39,95**

