

Koersverhogende buzzwords

Door in hun communicatie modewoorden te gebruiken – big data, lean, agile – kunnen beursgenoteerde ondernemingen hun aandeelkoers positief beïnvloeden. Dat blijkt uit onderzoek aan de Rotterdam School of Management. De essentie is dat je overkomt als een vooruitstrevend bedrijf. Maar pas op: als je communiceert dat je te veel managementtrends volgt, verlaagt dat de beurskoers – het veroorzaakt verwarring bij analisten en is niet geloofwaardig. Het effectiefste buzzword in de periode 1992-2008 was *e-commerce*, gevolgd door *outsourcing*, *just-in-time*, *lean management* en *customer relationship management*.

Bronnen: Strategic Organization 31-12-2015; Eur.nl 27-5-2016

