



Op weg naar de netwerksamenleving, op weg naar De Zwerm...

‘Wat hebben Uber, Harry Potter en uw organisatie met elkaar gemeen?’ Een beetje intrigerende vraag als binnenkomer moet het goed doen bij de presentatie moet Marco Derksen hebben gedacht. Marco Derksen zet de boel even op scherp. Hij is adviseur Digitale Transformatie en met ruim 20 jaar ervaring op het gebied van technologie, innovatie en (digitale) media adviseert hij organisaties op weg naar de volgende stap in de *always connected world*. ‘Ik zal u helpen: de eerste twee zijn volledig gefocust op online en connected, terwijl u dat in ieder geval ook zou moeten zijn.’

Fotografie: Arjan van Bruggen



Toen bekend moest worden gemaakt dat het kasteel Zweinstein van de wereldberoemde Harry Potter films zou worden opengesteld voor het publiek, maakte de marketing van de locatie/filmmaatschappij dankbaar gebruik van de *'always connected world'*. Ze legden via een online Harry Potter-forum en een aantal invloedrijke bloggers contact met een beperkt aantal van de grootste fans van Harry Potter en zorgden ervoor dat die een (online) rondleiding kregen door het kasteel. Binnen 1 week werden vervolgens via talloze fora, blogs etc. op die manier 300 miljoen mensen

bereikt... Dat had je met de traditionele manier van communiceren nooit bereikt. Niet zo'n grote doelgroep en al helemaal niet in zo'n korte tijd.'

Netwerksamenleving

En Derksen kan het weten. Hij is eveneens oprichter van Marketingfacts, het platform waar de belangrijkste trends in marketing en klantcommunicatie worden doorgelicht. 'De opkomst van internet heeft de wereld al voorgoed veranderd, maar het gaat maar door. De macht komt meer bij de consumenten en langzaam groeien we naar plattere, genetwerkte organisaties. De relatie klant-bedrijf komt dichter bij elkaar, er ontstaat een een-op-een relatie en manier van communiceren: we gaan naar een netwerksamenleving *and beyond*. Van 1.0 (fysiek) naar 2.0 (online) naar

'De eerste twee zijn volledig gefocust op online en connected, terwijl u dat in ieder geval ook zou moeten zijn.'

3.0 (always connected). Technologie penetreert steeds meer en dieper in ons dagelijks bestaan of het nu zakelijk is of privé. Eigenlijk beschouwen we technologie bijna als een onderdeel van het menselijk lichaam. Zoals dagvoorzitter Leon Heuts in zijn introductie al aangaf met het fenomeen fantoomtrillen, zie je op allerlei manieren technologie verder infiltreren in ons leven. Met gebruikmaking van ons lichaam of lichaamskenmerken kunnen we contact leggen, zaken regelen etc. Biometrische eigenschappen worden inmiddels overal gebruikt: een vingerafdruk om je smartphone te ontsluiten, gezichtsherkenning om betalingen goed te keuren, zo gek is dat allemaal niet meer. Technologie maakt het daarmee voor ons daarmee makkelijker en veiliger en dat moeten we vooral voor ogen houden: de technologie is er om te helpen, niet om te vervangen. Dan wekt het alleen maar weerstand op.'



Marco Derksen

'Binnen 1 week werden vervolgens via fora, blogs etc. op die manier 300 miljoen mensen bereikt...'

Kleinere netwerkjes, meer persoonlijk

Van de open en massale netwerken ziet Derksen een verschuiving naar de kleinere en meer gesloten netwerken, met meer persoonlijke communicatie. 'Het gaat erom altijd toegang tot de juiste kennis en kennissen te hebben', aldus Derksen. 'Dat is dus de verschuiving die we deels al hebben gehad en deels nog aan het ondervinden zijn, van 1.0 via 2.0 naar 3.0. Van traditioneel, en dus ten dode opgeschreven, naar online, zoals Booking.com, die het goed doen, maar ook de volgende stap gaan maken, naar 3.0, zoals Airbnb en vergelijkbare netwerkeconomieën, die het direct hebben begrepen. Airbnb heeft in 7 jaar tijd een aanbod van 1,5 miljoen kamers in 90 landen weten te realiseren. In die laatste stap van de digitale transitie naar 3.0 zie je dat reviews, connecties en kennis vanuit het eigen netwerk centraal staan om beslissingen te onderbouwen.'

'De technologie is er om te helpen, niet om te vervangen.'

Transitie in volle gang

Deze transitie is in allerlei andere onderdelen van onze samenleving ook al in volle gang. Als voorbeelden noemt Derksen onder meer de manier waarop de politie evolueert: van de fysieke politiebureaus als enige ingang voor informatie en aangiftes e.d. naar de online omgeving waar aangiftes en alle benodigde documenten kunnen worden

‘Die ontwikkeling (... naar de netwerkeconomie) is gaande en niet meer te stoppen.’

geüpload of binnengehaald, naar de nieuwste ontwikkeling: de politie app met de smartphone voor de politie onderweg. Derksen: ‘Die telefoon met de app brengt de hele wereld binnen bereik van de agent onderweg. Tot en met het interactieve contact met de burgers aan toe via allerlei andere aanvullende apps.’ Zo’n ontwikkeling ziet hij ook bij de gezondheidszorg: van het papieren dossier naar het online Elektronisch Patiënten Dossier naar de *personal healthcare app*. Die ontwikkeling is gaande en niet meer te stoppen, volgens Derksen. ‘En dan komen die technologische ont-

tie, want de meest succesvolle voorbeelden die we hebben getoond gaan vooral over startups die met een schone lei beginnen. U kunt ook met dit nieuwe businessmodel beginnen, naast uw bestaande business. Dat zien we ook gebeuren, bijvoorbeeld in verzekeringsland. Dat gaat echter niet zo snel. In de overheidsmarkt is van deze ontwikkeling sowieso nog nauwelijks of geen sprake. Daar bevindt men zich nog midden in de transitie van de 1.0 naar de 2.0 omgeving, het proces van de digitalisering. U weet nu in ieder geval dat u nog wat hebt te doen...’

Augmented intelligence

Voor de toekomst ziet Derksen nog veel meer ontwikkelingen die de wereld zoals we die kennen drastisch gaan veranderen. ‘Neem de ontwikkeling van *augmented reality* naar *augmented intelligence*, de optimale samenwerking tussen mens en machine. Dat gaat weer een stap verder en is anders dan artificial intelligence, waarbij de machine een

‘Eigenlijk beschouwen we technologie bijna als een onderdeel van het menselijk lichaam.’

wikkelingen rondom biometrische eigenschappen om gegevens te ontsluiten heel mooi van pas...’ Derksen vulde zijn verhaal maar even snel aan met dit specifieke beveiligingsaspect, want hij zag al wat mensen onrustig heen en weer schuiven op hun stoel bij het idee dat hun medische gegevens straks ‘zomaar’ in een persoonlijke app zouden kunnen terechtkomen.

Olievlek

Airbnb is wellicht een van de mooiste voorbeelden van de nieuwe netwerkeconomie en hoe je de ‘eigen’ community kunt inzetten om je business te vergroten en gebruikers te motiveren. Een paar snelle beelden achter elkaar over hoe in Amsterdam de ‘paarse Airbnb-bolletjes’ zich als een olievlék over de stad verspreiden, toont aan hoe groot het effect van die netwerkeconomie is. Derksen: ‘Waar de eerste stappen, 1.0 en 2.0, nog lineair groeiden is bij deze fase sprake van een exponentiële groei. Maar wat voor u belangrijk is om te weten, is wat dit betekent voor uw eigen organisa-

‘kunstje’ van de mens overneemt. *Augmented intelligence* is een ontwikkeling in technologie die nu nog – letterlijk - ongekende mogelijkheden biedt. We beschikken tegenwoordig over zoveel data, dat we maar een fractie kunnen benutten van wat we hebben. Het groeit ons boven het hoofd, dus we hebben nieuwe hulpmiddelen nodig om het volle potentieel te benutten. Computers en *augmented intelligence* kunnen ons helpen om als mens toch de juiste beslissingen te kunnen nemen: boekhoudfraude detecteren, HR-vraagstukken oplossen, informatie doorgronden, verbanden leggen en eventueel die verbanden visualiseren, waardoor jij als mens wél iets kunt met die berg informatie. Het is dus niet zo dat een computer die beslissingen overneemt. De technologie is nog volop in ontwikkeling, maar als technologie en mens echt samenwerken dan ontstaat een wereld die je ogen opent: we gaan naar de zelfsturende organisatie à la ‘De Zwerm’. Technologie als basis voor de ultieme vorm van verbinden... Dus om bij het begin te beginnen, vraag je af: wie zijn jullie grootste Harry Potter-fans?’