



Biografie Adjedj Bakas

Trendwatcher Adjedj Bakas (1963) schreef verschillende bestsellers over de toekomst, waaronder in 2014 Plenty, Megatrends Water, Energie en Grondstoffen en Megatrends Werk, over banen die verdwijnen en banen die gaan komen. Eerder publiceerde hij onder andere The Future of Food, The State of Tomorrow en Het Einde van de Privacy. Er werden de afgelopen jaren meer dan 700.000 exemplaren van zijn boeken verkocht.

Trends 2015 volgens trendwatcher Adjiedj Bakas

‘Wie als ondernemer even indut, verliest’

“Als er twee wegen zijn, neem dan de moeilijke, want op de gemakkelijke is het meestal dringen.” Trendwatcher Adjiedj Bakas windt er in zijn boek ‘Trends 2015’ geen doekjes om. 2015 wordt zeker geen makkelijk jaar en de concurrentie zal vaak moordend zijn. “Wie als ondernemer even indut, verliest”, aldus Bakas.

Ondernemers worden uitgedaagd door nieuwe spelers op de markt. Bakas wijst op de opkomst van outsiders en de jonge techies, het feit dat verdienmodellen veranderen en dat ondernemers scherp moeten zijn. “Wendbaarheid is tegenwoordig key voor ondernemingen”, onderstreept Bakas. Maar ook de aandacht voor mensen in loondienst mag volgens hem niet verslappen. “Bedrijven willen nu eenmaal meer werk met minder mensen doen en je moet beter presteren dan je collega’s. Iedere werknemer moet excelleren, anders word je vervangen door een flexibele zp’er. Werknemers ervaren een hogere werkdruk en ze hebben minder het gevoel hun eigen taken te kunnen organiseren. Van de 4,6 miljoen verzuimdagen die ArboNed in de eerste helft van 2014 registreerde, had tien procent te maken met stress. Dat is acht keer zoveel als in 2009.”

Grote Versobering

Maar ook de meer dan een miljoen zp’ers moeten volgens Bakas in 2015 natuurlijk blijven excelleren. “Je moet positieve aanbevelingen van huidige en oude klanten hebben, je moet bestaande klanten belonen met een permanent knuffeloffensief en je moet straatmade-lief zijn en overall netwerken.” Het aantal zzp’ers stijgt en zij verenigen zich (in de steek gelaten door de politiek en de grote bedrijven) steeds meer zelf in eigen verzekeringen als broodfondsen. “Online platformen maken het bovendien mogelijk dat mensen hun diensten, auto, huis gemakkelijk zelf verwaarden”, beredeneert Bakas. “Gewone burgers bouwen zonnepanelen op hun dak of kopen samen met hun burens energie in.” Volgens Bakas is dit ook een gevolg van de Grote Versobering. “De middenklasse verarmt, huishoudens hebben te hoge schulden en het wordt tijd voor anders leven. De markt voor ‘hoop en troost’ groeit daarom in 2015: Nederlanders zoeken elkaar op en helpen elkaar. Delen en ruilen past hier ook bij. Peer-to-peer-kapitalisme maakt haar opmars. Door tussenhandel en tussenpersonen buitenspel

te zetten, krijgen burgers meer macht, worden transactiekosten naar beneden gebracht en ontstaat een meer inclusieve economie: iedereen kan eraan deelnemen.” De kracht van deze nieuwe vorm van economie heeft de monopolies van bestaande industrieën in een paar jaar tijd weggevaagd. “De taxi- en hotelbranche zijn hun machtspositie bijvoorbeeld kwijtgeraakt door platforms als Uber en AirBnB”, illustreert Bakas.

Als ondernemer is het tegenwoordig dan ook niet alleen zaak om wendbaar te reageren op vernieuwing en kansen, maar ook om de veerkracht te bezitten om onverwachte klappen te kunnen opvangen. “De succesvolle bedrijven van de toekomst zijn er op gericht om snel te leren, in plaats van zich te richten op het behouden van de status quo”, licht hij toe. “Flexibilisering van bedrijfsprocessen en IT-oplossingen is een aanrader voor bedrijven die strategisch wendbaar willen blijven. Wendbaarheid is namelijk één van de belangrijkste overlevingsstrategieën voor bedrijven.”

Serie-ondernemer

De levenscycli van bedrijven wordt steeds korter naarmate technologie zich exponentieel ontwikkelt en businessmodellen sneller verouderen. De serie-ondernemer rukt op: de ondernemer die een bedrijf begint, tot bloei brengt en het dan verkoopt en weer een ander bedrijf begint (zie John de Mol). Met één bedrijf en één bedrijfsnaam je hele ondernemerscarrière doorgaan wordt eerder uitzondering dan regel. Maar ook de serie-werknemer neemt toe. Mensen van 35 hebben nu al gemiddeld zeven banen gehad en die trend zet door in 2015.

Ook de consument wisselt steeds sneller. “Klanten worden steeds minder merktrouw. Tegenwoordig switchen ze om het minste of geringste van merk, ook als het gaat om banken en verzekeraars. De belangrijkste reden hiervan is de opkomst van social media en internet. Ze maken consumenten beter geïnformeerd en mondig. Juist in deze tijd zijn consumenten gevoeliger voor customer service. Wanneer een merk zijn klanten in de steek laat zodra er iets mis is met een product, laten klanten het merk massaal vallen.”

Verbonden

Kortom, het nieuwe jaar staat volgens Bakas in het teken van wij. Door middel van de opkomst van de ruil- en deeleconomie, maar ook het peer-to-peer kapitalisme dat haar opmars maakt. “Bedrijven gaan op zoek naar een nauwere verbintenis met klanten”, aldus Bakas. “Nederlanders willen meer dan ooit verbonden zijn in plaats van zich virtueel verbonden wanen. Zijn wordt belangrijker dan schijn.” ■

www.bakas.nl