

# Digital Transformation

**Het is toepasselijk om een boek over Digital transformation mede te financieren via crowdfunding. Dat is exact wat Jo Caudron en Dado Van Peteghem gedaan hebben voordat een letter van dit boek geschreven was.**

Inmiddels is de derde herbewerkte druk van Digital transformation van [Jo Caudron](#) en [Dado Van Peteghem](#) beschikbaar. Ook in deze druk richten de auteurs zich op bestuurders en het hogere management van commerciële bedrijven. Wil je je bedrijf behoeden voor opkomende startups vergelijkbaar met Netflix en Uber? Doorgrond het Digital Transformation-model en maak het onderdeel van je strategie.

In veel bedrijven staat digitale transformatie hoog op de agenda. Het is echter lang niet altijd duidelijk hoe deze transformatie vorm moet krijgen. In hun boek bieden Jo Caudron en Dado van Peteghem bestuurders en managers een overzichtelijk model om de huidige digitale uitdagingen en kansen te gebruiken bij het uitzetten van een nieuwe digitale strategie. In Digital Transformation leggen zij aan de hand van voorbeelden en metaforen uit hoe dit praktische model toegepast kan worden.

Het boek is opgebouwd uit 5 inhoudelijke delen samengesteld uit 47 hoofdstukken. De eerste twee hoofdstukken beschrijven de aanleiding en totstandkoming van het boek, hierna beginnen de vijf inhoudelijke delen. Het boek eindigt met een korte afsluiting.

## **1. Hoe digitaal eindelijk belangrijk werd (hfd 3 t/m 8)**

In het eerste deel wordt het begrip digitale transformatie geïntroduceerd en afgezet tegen de digitale revolutie en de overgang vanuit de digitale media. Terecht concluderen de schrijvers dat veranderingen zich steeds sneller aandienen en dat de dotcom bubble rond de eeuwwisseling niet vergeleken kan worden met de huidige situatie.

## **2. Digitale transformatie is echt (hfd 9 t/m 17)**

De hoofdstukken in het tweede deel nemen de lezer mee langs bekende voorbeelden waarin de digitale transformatie behoorlijk disruptief is (geweest). De reissector, Kodak, de videotheken en de muziekindustrie geven als voorbeelden goed inzicht in de volharding van bestuurders in oude businessmodellen. De metafoor van het wagentje in de achtbaan in hoofdstuk 16 beschrijft mooi hoe bedrijven veranderingen langzaam zien gebeuren om vervolgens te duiken in een niet te stoppen versnelling als het kantelpunt eenmaal is bereikt. Zorg er dus voor dat je organisatie zich bewust is van de nu optredende digitale veranderingen!

## **3. Digital Transformation Modeling: een methode om greep te krijgen op digitale disruptie (hfd 18 - 26)**

De auteurs gebruiken deel 3 om het model toe te lichten. De 5 stappen uit het model zijn:

### *Stap 1. Creëer inzichten: open je ogen*

Met zeven metaforen beschrijven zij de kansen en bedreigingen van digitalisering waarmee het management met andere ogen naar het eigen bedrijf kan leren kijken.

### *Stap 2. Impactanalyse: zijn we klaar voor de toekomst?*

Per metafoor beschrijven Drivers of Transformation de veranderingen die de bedrijven momenteel ondervinden. Door het gebruik van een scorekaart met hierop alle Drivers en Metaforen komen zwakke plekken zichtbaar naar voren.

### *Stap 3. Scenario's uitwerken: geef de toekomst vorm*

Op basis van de geïdentificeerde zwakke plekken stel je scenario's op voor de meest disruptieve Digital drivers. What-If scenario's geven vervolgens een reeks van mogelijke toekomsten in helder beschreven scenario's.

### *Stap 4. Businesscases*

De voorlaatste stap zet ideeën om naar businesscases. Dit zijn concrete projecten die veelal direct van start kunnen gaan. Via een route van longlist naar shortlist komen bepaal je de uit te voeren projecten.

### *Stap 5. Trendwatching*

Om er voor te zorgen dat de gestarte projecten succesvol zijn, dien je de ontwikkelingen op de voet te volgen. Hiervoor schrijven de auteurs continue terugkerende trendwatching voor. Gebruik RSS, Twitter, blogs en andere invloedrijke media om tijdig te kunnen bijsturen.

## **4. Je bedrijf veranderen (hfd 27 t/m 37)**

Een bestaande organisatie moet wel in staat zijn de bedachte projecten goed uit te voeren. De auteurs gaan er vanuit dat hiervoor waarschijnlijk organisatorische veranderingen nodig zijn. De meest opvallende voorstellen zijn de leeftijdstest en het digital leadership assessment. Met beide wordt het bestuur en management getoetst op aanwezige digitale skills en leeftijdsgrenzen. Menig bestuur zal deze toetsen niet doorstaan waarmee direct de gewenste discussie start over aanvulling met vers (jong) bloed.

## **5. De zeven metaforen, grondig uitgelicht (hfd 38 t/m 45)**

In voorgaande hoofdstukken zijn de zeven metaforen genoemd en toegepast in het model. De auteurs hebben opzettelijk het zwaartepunt van de metaforen in een apart vijfde deel opgenomen om de lezer de mogelijkheid te geven eerst het volledige model door te nemen. Toch biedt dit deel een verdieping en achtergrond die wellicht al tijdens bestudering van het model nuttig is. Persoonlijk sprak The Gatekeeper mij erg aan en zie ik diverse nieuwe Gatekeepers om ons heen opkomen.

### **Tot slot**

Het is de auteurs vergeven dat de kleurstelling bij de presentatie van de scorekaart onhandig is en enkele kromme zinnen afleiden van de boodschap. Het model en de gehanteerde metaforen zijn overzichtelijk gepresenteerd en goed uitgelegd. De uitdaging voor de lezers komt op het moment dat het model echt toegepast gaat worden. Maar ook zonder directe toepassing, is Digital Transformation een bron van inspiratie voor de benadering van de huidige uitdagingen. Alleen al de licht kritische houding ten opzichte van de huidige generatie bestuurders verdient een aanbeveling.

### **Over deze recensie**

Deze boekrecensie is tevens verschenen op [www.managementboek.nl](http://www.managementboek.nl), meer informatie over het boek of de auteurs is te vinden op [www.digitaltransformationbook.com](http://www.digitaltransformationbook.com).