



Knowledge is expensive,
but realise what stupidity can cost you



Managementgoeroe Michael Porter

(Succesvolle bedrijven focussen op uniek aanbod)

Gelezen in Managers online en Berenschot - 31 januari 2007 - Tijdens een eendaags Focusseminar op Business Universiteit Nyenrode gaf managementgoeroe Michael Porter aan dat concurreren op 'de beste zijn' de grootste fout is die bedrijven kunnen maken qua strategie. Succesvolle ondernemingen blijven de concurrentie voor dank zij hun **unieke aanbod (unique value proposition)**.

Uit een onderzoek van adviesbureau Berenschot onder de aanwezige CEO's en managers van gerenommeerde bedrijven blijkt echter dat de helft van hen het 'beste product(kwaliteit)' nog als belangrijkste concurrentievoordeel ziet. Ook gaf 46 procent van hen aan 'onvoldoende tijd te nemen' voor het daadwerkelijk bepalen en formuleren van de strategie.

Succesfactor

Het formuleren van de strategie noemt Porter een tijdrovend, maar noodzakelijk proces en het hebben ervan een belangrijke succesfactor. Dit om te kunnen concurreren op basis van een uniek aanbod en de concurrentie- en innovatiestrijd niet te verliezen. Paul Pietersma, managing director bij Berenschot, onderschrijft dit. "Het is hoog tijd dat bedrijven in Nederland zich afvragen wat hun unieke waardepropositie is," zegt hij. "Als ze alleen maar op beste product concurreren, wordt de prijs het onderscheidende element. En dat leidt tot steeds lagere prijzen."

Strategieformulering

In het licht van Porters statements is het interessant dat de meerderheid van de aanwezige bedrijven aangeeft te concurreren op 'beste product'. Dit blijkt uit onderzoek van Berenschot tijdens het seminar. Van de aanwezige bedrijven benoemde 51% 'beste product (kwaliteit)' als belangrijkste concurrentievoordeel. Na productkwaliteit worden 'service' en 'merk & imago' benoemd als belangrijke onderscheidende factoren (beide 41%).

De belangrijkste strategische issues voor Nederlandse bedrijven in 2007 zijn 'innovatie' (68%), gevolgd door 'human capital / talent' (49%) en 'branding / imago' (30%).

Tot slot kwam naar voren dat 46% van de ondernemingen beseft 'onvoldoende tijd te nemen' voor het daadwerkelijk bepalen en formuleren van de strategie en gaf 32% aan de strategie 'onvoldoende door te vertalen' naar concrete acties. "Onbegrijpelijk in deze tijd van internationalisatie, waarin strategieformulering belangrijker is dan ooit"

Michael E. Porter (1947) is een Amerikaans professor aan de Harvard Business School. Hij is een icoon op vlak van concurrentiestrategieën. Vooral zijn vijfkrachtenmodel ('Competitive Forces Model'), waardeketenmodel ('Value Chain Model') en de door hem ontwikkelde typologie behoren tot de basiskennis van iedere manager.

Porter volgde een universitaire opleiding in Princeton, en behaalde zijn doctoraat met als vakgebied zakeneconomie in 1973 in Harvard.

http://nl.wikipedia.org/wiki/Michael_Porter



Managementgoeroe
Michael Porter

31-01-2007 pag. 2



Eddy Claesen

Family Business Advisor - Mediator

Accountant - Tax Consultant

Kuilenstraat 16 • B-3600 Genk
tel.: +32 89 32 91 10 • fax: +32 89 32 91 19
eddy.claesen@claesen.be • www.claesen.be