

BRON: Belang van Limburg 23.11.2013

De heren Mollo en Roux van Deloitte onderzochten op vraag van het VBO (verbond van Belgische ondernemingen) waarom bepaalde bedrijven toch groeien in crisistijd.

HASSELT - Er blinken zeven Limburgse bedrijven in de lijst van de 204 superieure groeibedrijven van ons land. Dat blijkt uit een omvangrijke studie van Deloitte, waarbij de onderzoekers op zoek gingen naar het geheim van het succes.

a. Hoe weet u waarde te creëren voor uw klanten?

b. Hoe weet u waarde te creëren voor uw bedrijf?

c. Wat doet u als de wereld rondom u verandert?

De navraag heeft geleid door drie regels die superieure groeibedrijven blijkbaar hanteren. "Regels 1 en 2 kunnen we bewijzen. Voor regel 3 hebben geen bewijzen, maar wel sterke aanwijzingen", zegt Roux.

Regel 1: Hecht meer belang aan waarde dan aan prijs.

"Bij de superieure groeiers vind je daarom geen discounters", zegt Mollo.

Regel 2: Kies voor groei van de omzet in plaats van het snijden in de kosten.

"Dat wil niet zeggen dat deze bedrijven niet zoeken naar minder kosten en hogere efficiëntie. Ze besparen daarentegen om te kunnen groeien en meer winst te halen. Het is een filosofie", zegt Roux.

"Deze bedrijven investeren ook systematisch méér in onderzoek en ontwik-

keling en innovatie. Zo slagen ze erin om meer niches te ontwikkelen."

Regel 3: Kies voor het snel uitvoeren van ideeën en experimenten, in plaats van het ontwikkelen van loodzware businessplannen.

"Deze bedrijven beschikken over zeer korte beslissingslijnen en/of laten hun personeel veel vrijheid. Het management luistert ook consequent naar de ideeën van de medewerkers. Er wordt snel groen licht gegeven om een idee uit te testen. Maar even snel wordt het experiment weer afgevoerd als het niet blijkt te lukken. Falen mag, het is hoegenaamd geen schande", zegt Mollo.

Besluit

Roux en Mollo stellen bij wijze van samenvatting vast dat superieure groeiers snel een beslissing nemen over projecten die tot duurzame omzet leiden. "Er zijn er niet veel die dat kunnen. Het is veel makkelijker om te snijden in de reiskosten bijvoorbeeld", zeggen Roux en Mollo. Deze bedrijven zijn vaak ook erg internationaal gericht. "Dat blijft toch een probleem in Limburg en in de rest van Vlaanderen."

Tot slot beschikken deze bedrijven over een uitgebreid netwerk van andere bedrijven, waar ze van leren en mee samenwerken en die ze als klankbord gebruiken en bij wie ze ideeën aftoetsen. "Het is deze mix die tot succes leidt."

Dominiek CLAES