



Het XY-Manifest

Veel organisaties worstelen met digitalisering en voelen zich bedreigd in hun bestaansrecht, terwijl anderen digitalisering juist volledig omarmen. Bestaansrecht betekent letterlijk: je recht om te bestaan. Organisaties met bestaansrecht hebben een visie waarin zij zelf een cruciale rol spelen. Met andere woorden: zonder het bestaan van de organisatie kan die visie niet tot stand gebracht worden. Als gevolg van digitalisering kan dit bestaansrecht onder druk komen te staan, maar digitalisering biedt ook kansen. Misschien wel kansen om die visie juist beter of sneller te bereiken.

Digitalisering gaat over veel meer dan technologie. Het raakt vrijwel alle facetten van de economie. Ja, digitalisering heeft alles te maken met innovatie, nieuwe wetten en regels, robotisering, kunstmatige intelligentie. Tegelijkertijd gaat het ook over nieuwe samenwerkingsvormen, organisatiestructuren, over ethische vraagstukken. En het gaat over mensen.

Digitalisering vraagt om antwoorden en een duidelijke visie op de veranderende rol van organisaties in de samenleving. Dit manifest is een weergave van onze visie in de vorm van een set leefregels die voor ons leidend zijn. Zó doen wij ons werk... of we doen het niet.

Níét veranderen is geen optie

De megatrends digitalisatie en globalisatie zorgen voor een nieuwe realiteit waarin verandering nog de enige constante is. Organisaties moeten hierin mee, of ze willen of niet. Technologische ontwikkelingen, het vervagen van grenzen, het ontstaan van nieuwe sociale verbanden en een nieuwe generatie collega's met een totaal nieuwe kijk op het leven. Er is simpelweg te veel om te negeren.

XYSG helpt organisaties hun bestaansrecht te herontdekken door het maken van scherpe keuzes en veranderingen. Dit doen we op basis van kennis en inzicht over de organisatie en haar omgeving in het licht van actuele trends en ontwikkelingen. Want níét veranderen is geen optie.

Wij twijfelen altijd aan alles

Waar anderen zeggen dat je nooit moet twijfelen, trekken we bij XYSG in eerste instantie juist alles in twijfel. We nemen niet snel iets voor waar aan. Dat houdt ons scherp en geeft ons de mogelijkheid tot de kern van elke uitdaging door te dringen. Voor onszelf én voor de organisaties waar wij voor



werken. We gaan dan ook het liefst zelf op onderzoek uit door middel van interviews, marathonsessies en desk- en fieldresearch.

Als wij voor een klant aan de slag gaan, gaan alle aannames van tafel en bekijken we de situatie vanuit meerdere perspectieven. Van ons kun je vragen verwachten als “Is dat wel zo?”, “Waar baseer je dat op?” en “Kun je dat eens uitleggen?”. Pas als we een complete en objectieve situatieschets hebben, geven we goed onderbouwde adviezen voor de toekomst.

Grenzen zijn een overblijfsel uit een grijs verleden

Branche- en marktgrenzen zijn zo dynamisch geworden dat ze eigenlijk niet meer bestaan. De grootste multinational kan morgen ineens serieuze concurrentie krijgen van een slimme tiener op een zolderkamer. Productcategorieën verdwijnen in recordtempo met het ontstaan van substituties. Zelfs landsgrenzen vormen nauwelijks belemmeringen voor zakelijke relaties en transacties. Er heerst een nieuwe dynamiek tussen organisaties, overheden en consumenten. Gevestigde organisaties hebben de grootste moeite zich aan te passen aan deze veranderende omstandigheden, terwijl nieuwe toetreders de markt opschudden.

XYSG helpt organisaties bedreigingen te beantwoorden en kansen te identificeren die ontstaan door het vervagen van grenzen. We ontdekken samen met onze klanten hoe de ideale wereld er voor hen uitziet en welke rol zij daarin willen spelen. En we helpen ze aan een goed doordacht plan om daar te komen.

Ethisch handelen is de enige optie

Doordat de wereld om ons heen in rap tempo veranderd, worden organisaties gedwongen constant na te denken over wat de juiste manier van handelen is. Wat vroeger logisch of intuïtief leek, is nu misschien ineens ‘not done’. Bestaande wet- en regelgeving zijn soms niet meer toereikend of actueel. Tegelijkertijd worden organisaties die niet integer handelen en niet transparant zijn steeds vaker genadeloos afgestraft door consumenten, overheden en andere belanghebbenden. Daarom is het belangrijk dat organisaties terug kunnen vallen op een moreel kompas.

Voor XYSG is ethisch handelen de enige optie. Wij houden organisaties (en ons zelf) graag de spiegel voor en helpen bij het ontwerpen van een moreel kompas dat leidt naar fatsoenlijk, integer én transparant handelen. In al onze adviezen besteden we aandacht aan ethiek. Want een organisatie heeft alleen duurzaam bestaansrecht als toegevoegde waarde en ethiek hand in hand gaan.



Wij maken onszelf zo snel mogelijk overbodig, zoals het hoort

Wij adviseren niet richting onze eigen portemonnee. In tegendeel, we maken onszelf zo snel mogelijk overbodig. Wanneer we een uitdaging tegenkomen die beter opgelost kan worden door de organisatie zelf of door een andere partij, zullen we dat altijd adviseren. Het is ons doel om het probleem op te lossen waarvoor we gevraagd zijn en de organisatie (en haar mensen) slimmer achter te laten dan dat we hen vonden. We weten dondersgoed wat onze toegevoegde waarde kan zijn. Zodra we merken dat die begint af te nemen, is het tijd om te gaan. Soms zijn we er dus maar even, maar soms blijven we jaren hangen.

Onze klanten worden vrij snel onderdeel van onze kennissenkring en in veel gevallen ontstaan hechte vriendschappen, gebaseerd op vertrouwen en competentie – en ook in die volgorde. Een advies om zaken te doen met onze dochterondernemingen krijg je niet snel van ons, tenzij we er oprecht van overtuigd zijn dat het de beste optie is voor de specifieke situatie.

Afdelingen bestaan alleen op papier

Organisaties waar afdelingen volledig onafhankelijk van elkaar opereren bestaan niet. Een verandering bij één discipline heeft vrijwel altijd organisatie breed invloed. Onze adviezen beperken zich dan ook nooit tot één discipline binnen een organisatie, maar beschrijven de impact op het functioneren van de organisatie als geheel.

XYSG is als groep zo georganiseerd dat bij elke adviesopdracht consultants zijn betrokken uit verschillende vakgebieden. Zo kunnen we een probleem gelijktijdig bekijken vanuit bijvoorbeeld juridisch, commercieel, financieel, bedrijfskundig én wetenschappelijk oogpunt. Een uitdaging die in eerste instantie alleen over bijvoorbeeld marketing lijkt te gaan kan zo in de volle breedte worden bekeken en geanalyseerd. Door het inzetten van één multidisciplinair team is het inschakelen van meerdere specialistische bureaus niet meer nodig.

Alles wat met (nieuwe) technologie kan moet je uitproberen

Iedere organisatie heeft baat bij het doorvoeren van technologie om processen te verbeteren, zeker commerciële organisaties. Ook stichtingen, verenigingen en overheden kunnen het zich niet permitteren technologie te negeren waarmee doelstellingen beter gehaald kunnen worden. Om als



organisatie je bestaansrecht te waarborgen is het een must om nieuwe technologieën te onderzoeken en te testen voor het continu optimaliseren van processen. Sommige dingen kunnen robots en computers nu eenmaal beter dan een mens.

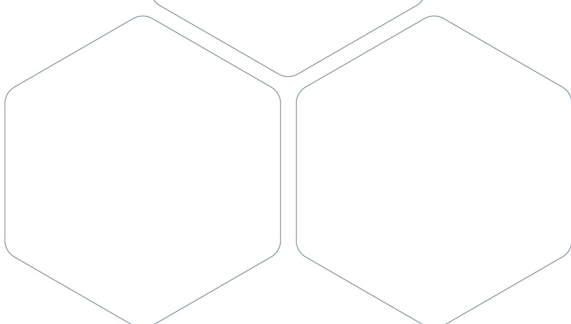
Maar nieuwe technologie heeft niet alleen maar positieve effecten. De impact op bijvoorbeeld werkgelegenheid is groot. De sociale verantwoordelijkheid heeft twee kanten: enerzijds wil je mensen niet iets laten doen wat niet gedaan hoeft te worden, anderzijds wil je die mensen ook niet zomaar aan de kant zetten. Juist daarom zien wij het als onze plicht om organisaties hierover voor te lichten en advies te geven over hoe hiermee om te gaan.

XYSG helpt organisaties slimmer te worden met behulp van technologie. We zeggen daarom regelmatig tegen onze klanten en onszelf dingen als: “kan dat niet slimmer?” en “daar is vast wel een tooltje voor!”. We helpen onze klanten met het ontdekken van nieuwe technologie en de implementatie daarvan binnen de organisatie. Een van de speerpunten daarbij is virtueel samenwerken. Zo minimaliseren we het gebruik van kantoorruimtes en reistijd voor onze collega's en onze klanten.

Waardecreatie heeft verrassend weinig met geld te maken

Bestaansrecht is niet te koop, maar wordt verdiend door iets toe te voegen waar andere organisaties of personen waarde aan toekennen. Moderne organisaties zijn zich bewust van de daadwerkelijke waarde die ze toevoegen voor hun klanten en hun omgeving. Een scherp oog voor het behouden en vergroten van die toegevoegde waarde is nodig om het bestaansrecht van een organisatie te garanderen voor de toekomst. Veranderende omstandigheden zorgen ervoor dat organisaties regelmatig op zoek moeten naar nieuwe waardeproposities. Bedrijven die het accent leggen op winstmaximalisatie hebben daar meestal weinig oog voor.

XYSG helpt organisaties met het identificeren en innemen van de meeste passende plek op de markt. Waarde meten we daarbij niet alleen in geld. We kijken ook naar zaken als klanttevredenheid, merkwaarde en imago, de waarde van data en de betekenis die de organisatie geeft aan het leven van mensen binnen en buiten de organisatie. Op basis van deze gegevens adviseren we organisaties over de best passende waardepropositie voor de toekomst.





Morgen zijn we slimmer dan vandaag

Vooruitgang is een dynamisch samenspel van kennis vergaren, kennis toepassen, resultaten toetsen en daarvan leren. Zonder wetenschap geen kennis, maar zonder toepassing heeft wetenschap geen waarde. Die dynamiek houden wij binnen XYSG in balans door onze adviezen te toetsen aan bestaande en nieuwe wetenschappelijke inzichten.

We laten ons graag leiden door wetenschappelijk onderzoek en toetsen altijd in de praktijk of het werkt. In ons werk is dit terug te vinden in de toepassing van strategische modellen en bedrijfskundige theorieën die bewezen succesvol zijn. Daarnaast voeren we binnen de groep regelmatig wetenschappelijk onderzoek en experimenten uit met als doel slimmer te worden en onze adviezen steeds weer naar een hoger niveau te tillen. Wij geloven dat we alleen door continu te leren blijvend waarde kunnen toevoegen voor onze klanten.

Waar anderen gaan voor in één keer goed, zijn wij liever in twee keer beter. Want slim zijn betekent voor ons de wetenschap dat we morgen nog slimmer zijn dan vandaag.

