

‘Digitale revolutie bereikt industrie’

Internetinnovaties als Spotify of Airbnb dagen de traditionele zakenmodellen uit. ‘Die disruptie komt er ook aan in de maakindustrie’, voorspelt Jo Deblaere, operationeel directeur van Accenture.

INTERVIEW
EMMANUEL VANBRUSSEL

Als Chief Operating Officer van de consultancygigant Accenture reist Deblaere van het ene continent naar het andere. ‘Hij heeft daardoor een unieke helicoptervisie over de wereldeconomie’, vertellen zijn medewerkers. ‘Maar hij is zijn West-Vlaamse roots nooit vergeten. Hij staat met beide voeten op de grond.’ Deblaere mag dan een leger van 289.000 consultants mee aansturen, hij bezoekt nog elke week persoonlijk een klant. ‘Dat is een van die eenvoudige zaken die je als consultancybedrijf juist moet hebben. De focus ligt niet op jezelf, maar op de klant. Je bent maar zo goed als je laatste project’, legt hij uit in de coulissen van de European Business Summit in Brussel.

U bent nu bijna vijf jaar operationeel directeur van Accenture. Hoe is de economische wereld in die periode veranderd?
Jo Deblaere: ‘De crisis heeft veel langer aangesleept dan men had gedacht. Er zijn ook grote verschillen tussen de landen. Sommige zijn snel gerecupereerd, andere zitten nog altijd in het slop. Hetzelfde geldt voor industriële sectoren. Pas dus op met gemiddelden. Voor 2008 gingen de pijlten overal in dezelfde richting. Je kon de gemiddelde trend als leidraad nemen. Nu gaan de pijlen alle kanten uit. Dat maakt het complexer.’

Wat betekent dat voor Accenture?

Deblaere: ‘In het West-Vlaams zeggen we: ‘Ge moet kort gedraaid zijn.’ Je moet agiel kunnen inspelen op nieuwe omstandigheden. De bedrijfswereeld staat voor grote veranderingen. Onze klanten zitten midden in een proces om echt digitale ondernemingen te worden. De dagen dat men technologie louter als nuttig instrument bekijkt, zijn voorbij. Digitale technologie is een ‘driver’ van de bedrijfsstrategie geworden. Ze bepaalt de strategie.’

Is de consultant van vandaag vergelijkbaar met die van vijf jaar geleden?

Deblaere: ‘Er is veel meer diversiteit. Naast de klassieke consultants en de IT-specialisten hebben we ook digitale marketeers, administratieve verwerkers en zelfs dokters en verpleegsters in dienst. Die laatsten helpen Amerikaanse gezondheidsbedrijven bij het monitoren van de medicatie aan patiënten.’

Is dat ook iets voor Europa?

Deblaere: ‘Ja. In het Baskenland werken we nu al mee aan een technologische oplossing die chronisch zieken monitort. De gezondheidsautoriteit heeft er de patiëntsegmentatie verbeterd via het doorgedreven gebruik van elektronische medische dossiers. De patiënten zijn thuis geconnecteerd met het ziekenhuis via een simpel Xbox-systeem met video. Dat is drie keer winst: de kwaliteit van de zorg is hoger, de patiëntenervaring is beter en de kosten liggen lager. De digitalisering van de gezondheidszorg biedt enorme opportuniteiten. Er liggen tientallen miljarden euro's aan kostenbesparingen te rapen in Europa, inclusief België.’

Accenture werkt voor grote multinationale bedrijven. Hebt u voldoende voeling met de ‘disruptors’, jonge bedrijfjes als Uber of Airbnb die op korte tijd een sector op zijn kop zetten?

Deblaere: ‘In deze wereld waarin het internet een hefboom is, heb je inderdaad het grote voordeel dat je met een goed idee kunt ‘opschalen’ met een nooit eerder geziene snelheid. We houden daarom de vinger aan de pols van meerdere sectoren. We hebben researchlabo's van Silicon Valley tot Peking. Alles wat een dienst is waarop je je makkelijk kunt aansluiten, zit in de lift. Uber is een voorbeeld op de business-to-consumermarkt, maar je krijgt hetzelfde ook in de business-to-businessmarkt. Daar gaat het hele ‘disruption’-verhaal naartoe.’

Wat is er op komst?

Deblaere: ‘Neem de autodeeldienst Drive Now van BMW. Via een app kan je de dichtstbijzijnde auto reserveren. Een chipkaart dient als sleutel. Je betaalt de auto per minuut, en parkeer- en brandstofkosten zijn inbegrepen. Je koopt dus geen auto meer,



Jo Deblaere: ‘We hebben niet minder werk dan vroeger, wel ander werk.’

De dagen dat men technologie louter als nuttig instrument bekijkt, zijn voorbij.

maar minuten mobiliteit. Dat is op maat van de digitale generatie, die een auto niet meer als statussymbool, maar louter als iets utilitair bekijkt.’

‘Makers van grote machines bouwen er software in, zodat elke machine via het internet automatische updates kan krijgen. Tegelijk trekken ze een stroom gegevens binnen: hoe wordt die machine gebruikt, hoeveel pannes zijn er, noem maar op. Het continu delen van informatie creëert een community. De klant koopt niet alleen de

machine, maar ook alle diensten voor permanente verbetering erbij.’

‘Nog een stap verder. Er bestaan zakelijke concepten in de mijnbouw waarbij graafmachines gefactureerd worden per opgegraven ton. De klant betaalt volgens het eindresultaat, de kosten van het apparaat zijn geen zorg voor hem.’

‘Een grote bandenfirma is aan het experimenteren met het idee banden niet meer als product, maar als dienst te verkopen. De prijs wordt berekend per afgelegde kilometer. Bandenfirma's beweren graag dat hun banden langer lopen. Welnu, put your money where your mouth is. Nieuwe meetsystemen laten toe de afgelegde kilometers te captureren.’

‘De digitalisering maakt dus niet louter productiviteitsverhogingen mogelijk. Er ko-

‘ONE COMPANY MAN’

De West-Vlaming Jo Deblaere (52) ging bijna 30 jaar geleden aan de slag bij Accenture (toen nog een onderdeel van Arthur Andersen), na zijn studies handelsingenieur beleidsinformatica aan de KU Leuven. Terwijl veel consultants na enkele jaren andere oorden opzoeken, is hij zijn hele carrière bij Accenture gebleven. In 2006 werd Deblaere operationeel directeur van de miljardendivisie Outsourcing. In september 2009 klom hij op tot Chief Operating Officer (COO), of de wereldwijde nummer twee. Hij is ook de hoofdverantwoordelijke voor de divisie Europa, die meer dan 20 landen telt.

REUS IN CONSULTANCY

Wat: Accenture is een internationaal organisatieadviesbureau dat diensten aanbiedt voor management, technologie en outsourcing.
Omzet: 28,6 miljard dollar in 2013.
Aantal werknemers: 289.000.
Geplande aanwervingen in 2014: 60.000.
Verspreiding: actief in 56 landen.

men nieuwe producten en diensten op de markt. Die disruptie begin je nu ook te zien in de ‘hardcore’ B2B-markt. Stel dat 3D-printing over een paar jaar doorbreekt, dan staat de wereld op zijn kop.’

Wat verwacht u van 3D-printing?

Deblaere: ‘We gaan snel naar een wereld waarbij metalen onderdelen niet meer in een opslagplaats liggen, maar gewoon ter plaatse geprint worden. FedEx is in de VS nu al hubs aan het uitrusten met 3D-printers. Soms zal 3D-printing de tussenliggende maakindustrie overbodig maken. Een fascinerende wereld.’

Hoe staat Europa ervoor in die industriële transformatie?

Deblaere: ‘Goed en slecht. Europa spendeert 2 procent van het bruto binnenlands product aan onderzoek en ontwikkeling. De VS zitten aan 2,8 procent, Zuid-Korea aan 3,6 procent en China zit ook al tegen 2 procent aan. China kopieert dus niet alleen meer - wat het nog altijd zeer goed doet - maar zet ook in op innovatie. De Europese arbeidsproductiviteit verbetert, maar niet zo snel als in de VS.’

‘De meeste experts schatten in dat de VS koploper zijn in de digitale transformatie, met daarachter Europa, gevolgd door China. Ik ben er niet van overtuigd dat Europa de kloof met de VS kan dichtrijden. Amerika heeft innovatie in zijn DNA en heeft ook die typische cultuur van durfkapitaal en ondernemerschap. China is op komst, maar zal Europa nog niet zo snel inlopen.’

‘Uit onze enquêtes blijkt dat bijna twee derde van de Europese bedrijfsleiders de komende twaalf maanden in hun eigen sector grote veranderingen of zelfs transformaties verwachten door de digitale technologie. En

Bijna twee derde van de Europese bedrijfsleiders beseffen: als we de boot missen, gaan we marktaandeel verliezen.

ze beseffen: als we de boot missen, gaan we marktaandeel verliezen. Ik denk dat ook de EU-beleidsmakers dat begrijpen.’

En België?

Deblaere: ‘Prioriteiten kunnen variëren per land. Duitsland heeft zijn loonkosten goed onder controle en verbeterde zijn arbeidsflexibiliteit, het heeft een wijde industriële basis en met Industry 4.0 een innovatieprogramma dat door bondskanselier Angela Merkel sterk ondersteund wordt. Dan is ‘Let's go digital’ een prioriteit. In een land met een loonkostenhandicap ligt de prioriteit elders. Maar ik zie toch grote politieke consensus dat er iets moet gebeuren aan de loonkosten.’

Wat met uw eigen sector? Zal artificiële intelligentie consultants overbodig maken?

Deblaere: ‘Dat denk ik niet. We hebben doorheen de geschiedenis al vaker gehoord dat er bij de volgende golf van automatisering geen dienstverleners meer nodig zijn. Het klopt dat steeds meer bedrijfssoftware als onlinedienst aangeboden wordt. Maar de ‘cloud’ is niet zaligmakend, want bedrijven houden sommige systemen liever privé. De hele ‘interfacing’ blijft werk voor IT-consulstants op het terrein. Zo moet iemand het systeem voor personeelsbeheer linken aan de financiële software. We hebben niet minder werk dan vroeger, wel ander werk.’

WONEN

Uw advertentie hier? Contacteer Trustmedia 02/422.05.31 - rubrieken@trustmedia.be

OPBRENGSTEIGENDOMMEN

EEN TOP-INVESTERING IN DÉ STUDENTENSTAD !
vanaf € 99.000

TE KOOP
LEUVEN DE MES

44 luxeuzere studentenkamers met tuin en terras • van a tot z gemeubeld en ingericht • eigen sanitair • lift aanwezig • ondergrondse fietsenberging en autostaanplaatsen

RESERVEER ALS EERSTE UW FAVORIETE KAMER !

02 252.08.88 0495 38.70.38 INFO@DYLS.BE WWW.DYLS.BE