



TIM CHRISTIAENS
timemanager

Flexibiliteit doorslaggevend bij aanwerving

De Amerikaanse zakenbank Goldman Sachs heeft negen maanden lang met honderden jonge bankiers gepraat om uit te vissen hoe de bank meer jong talent kan aanwerven en behouden. Naast een snelle promotie of salarisverhoging is flexibiliteit een belangrijk onderdeel van de strijd om de beste werkkrachten. Zo past de moderne werknemer liever zijn uren aan in functie van zijn privéleven in plaats van te werken van negen tot vijf. Bovendien maakt de technologie het mogelijk een groot deel van het werk thuis te doen.

De strijd om de beste mensen is in de Verenigde Staten niet min. Het Californische Silicon Valley is het mekka voor jonge werknemers. De welgestelde

technologiebedrijven hebben alle middelen om de talenten aan hun zijde te krijgen. Naast een mooie verloning bieden sommige bedrijven heel wat extralegale voordelen zoals een tablet, poets-hulp of zelfs een abonnement bij de kapper. Adobe, Apple, Microsoft, Facebook en Spotify verlengden onlangs nog het ouderschapsverlof. Mark Zuckerberg, de grote baas van Facebook, geeft het goede voorbeeld door twee maanden ouderschapsverlof op te nemen.

Goldman Sachs trok lessen uit het onderzoek. Volgens een artikel van Business Insider voegde de bank meteen de daad bij het woord en promoveerde het ongeveer 125 millenials — de generatie geboren tussen 1980 en



WERKEN
Flexibiliteit is belangrijk in de strijd om de beste werkkrachten.

2000 — tot 'managing directors'. Dat is maar één stap verwijderd van de felbegeerde titel van partner. Daarnaast kreeg iedereen de kans om in te stappen in een van de work-lifebalansprogramma's. ☺

De auteur is timemanager bij The Time Management Company.

MANAGEMENT

Uber dan toch niet disruptief

Uber wordt vaak als voorbeeld genoemd van 'ontwrichtende' of 'disruptieve' innovatie. Dat wordt gezegd van een bedrijf dat een sector, in dit geval de taxibranche, op zijn kop zet met een nieuw, op het internet gebaseerd zakenmodel.

Maar dat klopt niet helemaal, zegt de Amerikaanse managementdenker Clayton Christensen in het decembernummer van het maandblad Harvard Business Review. Hij kan het weten, want de Amerikaan bedacht de term 'disruptieve innovatie' twintig jaar geleden. Hij legt uit dat disruptieve innovatie staat tegenover ondersteunende innovatie. Grote bedrijven richten zich met hun innovaties op hun bestaande klanten, vooral op de meest veeleisende en winstgevendende groep. Een disruptief zakenmodel richt zich net niet op die

klanten, maar maakt een product van mindere kwaliteit voor de onderkant van de markt die door het grote bedrijf wordt genegeerd, of voor mensen die een product of dienst nog niet gebruiken. Het tweede kenmerk is dat zulke ontwrichtende innovaties aanvankelijk niet aanslaan bij de mainstreamgebruikers,



UBER
Transformeert zijn markt, maar niet disruptief.

kers, tot de kwaliteit van het nieuwe aanbod voldoende is gestegen. Volgens Christensen is Uber duidelijk een voorbeeld van een product dat zijn markt transformeert, maar niet op een disruptieve manier omdat het niet aan die twee criteria beantwoordt. Uber richtte zich bijvoorbeeld meteen tot mainstreamgebruikers en begon dan pas naar de onderkant van de markt te kijken. Het maakte ook geen product dat minder goed was, maar een dat beter was dan wat er bestond. Is de discussie niet vooral semantisch? Toch niet, zegt Christensen. Voor grote bedrijven is het heel belangrijk te weten welke van de vele start-ups ze kunnen negeren en welke een gevaar betekenen. Het onderscheid tussen ondersteunende en disruptieve innovatie is daarbij van groot belang. ☺