



BEN JE OOK AL BEZIG MET 2030?

Een goede vraag, maar waarom zou je het doen? De wereld verandert zo snel dat drie jaar vooruitkijken mensen al laat duizelen. Je moet het doen omdat er altijd weer die dag na morgen komt.

Onlangs ben ik weer in Silicon Valley geweest met een groep retailers en fabrikanten. De afgelopen jaren heb ik er een ritueel van gemaakt om een week naar San Francisco en de Bay Area te gaan. Het opent mijn geest en ogen. Iedere keer word ik met de neus op de feiten gedrukt en zie ik hoe de snelheid het wint van mijn verstand.

Vier jaar geleden was het toverwoord omni-channel, niet alleen in Silicon Valley, ook in Nederland. Die term is voorgoed verwezen naar de geschiedenisboeken. Tegenwoordig hebben we het alleen nog maar over retail en commercie. Het einde van een indrukwekkende consultancyperiode is aangebroken: omni is dood!

De tweede constatering is dat mobile first in de Valley *the end of lifecycle* nadert, terwijl het bij ons nog nieuw schijnt te zijn. Volgens Facebook gaan we van mobile first naar video first. Waarom zouden we daaraan twijfelen? Kijk naar het gedrag van jongeren en het wordt je duidelijk.

Het toetsenbord lijkt ook aan zijn laatste reis te zijn begonnen. We moeten rekening houden met een generatie die nooit zal leren typen; simpelweg omdat het niet meer nodig zal zijn. Het is niet ingewikkeld om je voor te stellen dat onze kinderen niet weten wat ze moeten doen met een draaischijftelefoon, ze

hebben nooit geleerd hem te gebruiken. We moeten niet blijven hangen in vandaag. De wereld verandert en dat is goed. *Voice* wordt de nieuwe interface, samen met *image*. Zoek je iets? Dan vraag je het aan je persoonlijke assistent of scan je het product. Nu doe je dit nog met je 'ouderwetse' telefoon, straks met je contactlens.

Het is de snelheid die me bijblijft. We moeten in beweging komen. Bij de grote technologiereuzen en kleine start-ups wordt iedere dag gewerkt aan hoe morgen en overmorgen veranderen. Ze versnellen onze wereld met een duizelingwekkende vaart. Nieuwe technologieën duikelen over elkaar heen, nieuwe platformen volgen elkaar rap op en voor followers lijkt simpelweg geen plaats meer te zijn.

Schijn bedriegt! De roadmap van Facebook gaat net voorbij 2030. Ze zijn bij Facebook heel serieus bezig met de toekomst. Ze zetten 60 procent van al hun mensen, middelen en energie in voor de roadmap van de komende drie jaar. Allemaal met het doel om niet disrupted te worden. Simpelweg voorkomen dat morgen iemand er met jouw kaas vandoor gaat. Tegelijkertijd wordt 40 procent van alle middelen en mensen ingezet voor ontwikkelingen van de komende tien tot vijftien jaar. Een serieuze keuze, die volgens mij werkt.

Denken en werken aan 2030 is geen luxe meer, maar pure noodzaak. Start vandaag nog met het opnieuw verdelen van de inzet van je middelen, mensen en energie als het om de toekomst gaat. Er is namelijk ook nog een wereld na 2020.

FRANK QUIX

Managing Director Q&A Research & Consultancy