

BOEKRECENSIE #5

In 2013 is het essay "SLIM ZONDER CIJFERS – Een kleine filosofie voor de manager" van Luc de Brabandere verschenen bij uitgeverij LannooCampus.

Het is oorspronkelijk verschenen in 2012 als "*Les mots et les choses de l'entreprise – Approche philosophique de la stratégie et de l'innovation*" bij éditions Mols.

LUC DE BRABANDERE

SLIM ZONDER CIJFERS

EEN KLEINE FILOSOFIE VOOR DE MANAGER



In een tijd van *Key Performance Indicators, Targets & Resources* en *Short Term Deliverables* is dit boek een verademing. Iedereen die een verantwoordelijkheid heeft in een bedrijf of organisatie weet hoe belangrijk cijfers zijn, niet alleen het meten ervan, maar ook het opvolgen ervan, het vertalen ervan naar verbeterdoelstellingen, het rapporteren ervan aan *shareholders* en bestuurders, enz. Cijfers blijven meer dan noodzakelijk. Zolang cijfers echter geen doelstelling op zich worden maar een instrument voor continue verbetering is er niets verkeerd aan de hand. Geen kennis immers zonder cijfers: cijfers maken een mens slim. In een organisatie of bedrijf kan echter niet alles in cijfers gevat worden. Bepaalde zaken zijn moeilijk of niet kwantificeerbaar, de *intangibles*. Een organisatie of bedrijf kan men daarom niet uitsluitend met cijfers leiden. De auteur zoekt in dit essay onder andere naar het punt van overeenkomst tussen een marksegment, een boekhoudkundige balans en een strategische visie. De lezer merkt vlug dat de auteur niet alleen filosoof is maar van opleiding een "bèta-wetenschapper". Hij benadert de dingen op een gestructureerde, conceptuele, analytische, bijna dissecterende manier. Hij schrijft in een rechttoe-rechtaan stijl en definieert begrippen helder en accuraat.

De hoeksteen van dit essay is het woord MODEL dat als volgt wordt gedefinieerd: Een model is een mentale constructie waarin de realiteit sterk is vereenvoudigd om op een nuttige manier begrepen te worden in functie van een doel. Het staat toe aan reële dingen te denken en daarop in te spelen, het is tegelijk een abstractie van het heden en een hulp voor het toekomstig geheel. Op deze definitie bouwt hij verder, stap voor stap, op een logische en transparante wijze.

Voor CEO's, bedrijfsleiders, beleidsmakers, organisatieverantwoordelijken, enz. vraagt het mogelijks een inspanning en een ander *mental model* om hun organisatie of business (en de onderliggende bedrijfsprocessen) op die manier te benaderen. Gezien deze werkwijze echter vertrekt van fundamentele concepten is het niet uitgesloten dat deze aanpak toch tot een meer duurzame visie en strategie leidt.

Veel leesplezier !

Post scriptum:

- Meer informatie over de auteur is te vinden op: www.lucdebrabandere.com.
- Een andere heel interessante website met betrekking tot het opstellen van *Business Models* is: www.businessmodelgeneration.com.