



MANAGEMENTBOEK

Scenariodenken

In het boek 'Futuring: de kunst van het anticiperen' verenigt Herman Rottinghuis van Stratix Consulting Group de school van scenariodenken uit de hoek van de ondernemingsstrategie met die van het gedragskundige visiedenken tot een eigen variant. Op zich komen uitzonderlijk veel relevante aspecten van deze twee denkwijzen aan bod, maar overtuigt het samengestelde proces van Futuring niet echt als vernieuwend. De geïllustreerde casebeschrijving van de aluminiumsmelterij Norsk Hydro in het boek is uiteindelijk een mooi voorbeeld waarin elke onderdeel van de supply chain zijn eigen plek herkent in een vaasachtige tekening.

Futuring: de kunst van het anticiperen' (2008), door Herman Rottinghuis. Uitgeverij Scriptum, 319 blz., € 32,50

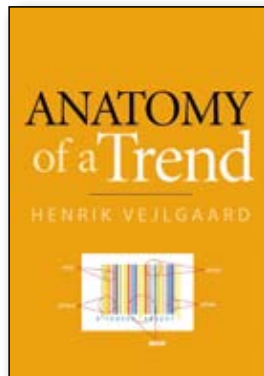
Oordeel: ★★★★★

MANAGEMENTBOEK

Trend en fashionwereld

In tegenstelling tot wat veel mensen geloven draaien trends niet om intuïtie. In

zijn boek 'Anatomy of a Trend' geeft socioloog Henrik Vejlgard de reden: de meerderheid van de mensen die met trends bezig zijn, vindt het namelijk moeilijk te verklaren waarom iets zal gebeuren zoals ze voorspellen. Het handzame boekje duikt diep in de fashionwereld van de tv-serie 'Sex and the City' met trendsettende groepen zoals kunstenaars, ontwerpers, homoseksuele mannen en celebrities als Madonna. Vejlgard gebruikt uiteraard de indeling van trendsetters, trendvolgers, et cetera, maar weet uit onderzoeken deze groepen in



omvang en hun consumptiepatroon te kwantificeren. Het opgenomen lijstje met clous voor trendspotting is heel praktisch.

'Anatomy of a Trend' (2008), door Henrik Vejlgard. Uitgeverij McGraw-Hill, 265 blz., \$ 14.93

Oordeel: ★★★★★

MANAGEMENTBOEK

Key suppliership

In het boek 'De eerste drie maanden van een nieuwe toekomst' beschrijven de auteurs, alle drie werkzaam bij OC&C Strategy Consultants, hun moderne ambacht van strategieformulering. Aan de hand van de case van het fictieve bedrijf Allware, een internationale groothandel in pompen, pakkingen en appendages, worden uitgebreid de achtereenvolgende stappen van een goed gestructureerd

strategieproject uit de doeken gedaan. Via onder andere een bruikbare vragenboom en uitvoerige cijfermatige analyses komt de voor de hand liggende oplossing van key suppliership voor Allware naar voren. Op basis van externe onzekerheden worden drie scenario's voor de onderneming opgesteld om uiteindelijk tot een strategisch plan te komen.



'De eerste drie maanden van een nieuwe toekomst. Werken aan de strategie voor de onderneming' (2007), door Eric Wieber, Marc Baaij en Pieter Witteveen. Uitgeverij Scriptum, 194 blz., € 24,50

Oordeel: ★★★★★

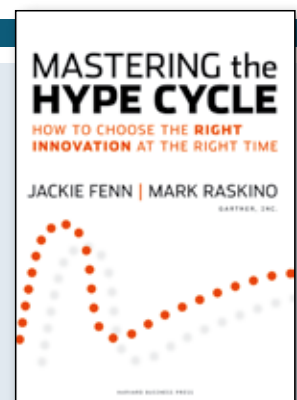
MANAGEMENTBOEK

Van hype naar winst

De twee technologieanalisten van Gartner Jackie Fenn en Mark Raskino weten in hun boek 'Mastering the Hype Cycle' met grafieken van de beurskoers van Amazon en van de investeringen in China te overtuigen dat de bekende S-vormige innovatiecurve (van opgepompte verwachtingen via desillusie naar acceptaties en implementatie) niet slechts een conceptueel schema is, maar daadwerkelijk bestaat. Ze halen de Hollandse tulpenmania

in de Gouden Eeuw en het internationale succes van de online bank ING Direct aan als illustratieve voorbeelden. Met het proces STREET (Scope, Track, Rank, Evaluate, Evangelize en Transfer) geven ze een praktische aanpak om innovatie in goede banen te leiden.

'Mastering the Hype Cycle: How to Choose the Right Innovation at the Right Time' (2008), door Jackie Fenn en Mark Raskino. Uit-



geverij Harvard Business Press, 237 blz., \$ 19.77

Oordeel: ★★★★★