

HOE KUSSEN WE DE BPM-LEEUW WAKKER?

“Hoe komt tot uiting waar je uniek in bent?” vroeg een deelnemer aan de sessie over businessmodellen tijdens ‘Trends in BPM’. Een terechte vraag. Want een businessmodel maken met behulp van een ‘businessmodel canvas’ is ‘hot’ sinds het prachtig vormgegeven boek van Alexander Osterwalder en (een heleboel) anderen daarover verscheen. Maar een goed businessmodel verklaart niet volledig het succes van bedrijven als Apple of Google.

Wat dan wel hun geheim is? Volgens mij heeft dat te maken met een sterke identiteit; starten met waaróm je samen iets wilt gaan betekenen voor de buitenwereld. Niet met wát je gaat doen of hoe je daar geld mee kan verdienen. Vanuit dat waarom kun je vormgeven aan de organisatie met behulp van een businessmodel.

Voor het BPM-Forum is dat niet alleen maar een theoretisch verhaal. Tijdens dezelfde conferentie hebben we als bestuur van het forum de resultaten van een onderzoek naar onze eigen positionering en ons eigen businessmodel gepresenteerd.

Dat was best even slikken. Want uit interviews met onze stakeholders blijkt dat ‘het merk’ BPM-Forum heel verschillende associaties oproept. De aanduidingen ‘straathond’ en ‘pantoffeldiertje’ waren daarbij nog niet eens de minst vlijende ...

Tijd om weer eens goed te kijken naar het ‘waarom’ van het BPM-Forum. Bij de oprichting was dat ‘het stimuleren van de toepassing van het BPM-gedachtegoed’ door:

- kennis te delen over ervaringen rond toepassing van BPM;
- professionals op BPM-gebied samen te brengen in een kwalitatief hoogstaand netwerk;
- contacten te onderhouden met andere organisaties die een bijdrage kunnen leveren aan deze doelstelling

en waar zinvol in samenwerking met deze organisaties initiatieven te nemen die bijdragen aan het behalen van de doelstelling.

Dat stimuleren is ook nu, acht jaar later, nog steeds zinvol. Want de potentie van BPM wordt nog lang niet ten volle benut. Maar we kunnen ons wel de vraag stellen of het kennis delen tussen professionals onderling daar nog wel het beste middel voor is. Moeten we als BPM-Forum niet veel meer een rol gaan spelen richting beslissers en bestuurders, mensen die zichzelf niet als BPM-professional beschouwen? Moeten we meer de nadruk gaan leggen op kennis opbouwen en kennisplatform zijn dan op het uitwisselen van kennis en ervaringen? Is het nog wel logisch dat we zoveel energie stoppen in het organiseren van events gebaseerd op case presentaties? Volop vragen dus waarover het bestuur in de komende periode gaat nadenken. Uiteraard met nauwe betrokkenheid van individuele en corporate leden.

Voor wie medelijden met ons mocht krijgen: het congres bracht ook volop lichtpuntjes. Zoals Johan Nelis, medeoprichter van het forum die al een jaar of zeven in Australië woont. Hij verzekerde ons dat het Nederlandse BPM-Forum door BPM-professionals in de rest van de wereld als hét voorbeeld gezien wordt. Daarnaast veel interessante sessies, een levendige informatiemarkt en heel veel goede contacten onderling. Dat maakt dat we geloven dat een ander beeld dat uit het positioneringsonderzoek naar voren is gekomen, namelijk het beeld van een slapende leeuw, het BPM-Forum misschien wel het beste typeert: krachtig, met veel potentie, maar hij kan wat meer in beweging komen.

Aty Boers is bestuurslid van BPM-Forum Nederland.