



**SANNY
ZUIDERVELD
(BeBRIGHT)**

Scenariodenker,
onderzoeker en
kennisdeler Sanny
Zuiderveld kijkt al

haar hele leven graag naar mensen en 'hoe zij gebruikmaken van de wereld om hen heen'. "Aan de TU Eindhoven heb ik geleerd als onderzoeker te kijken naar gebruikers en hun omgeving. Daarbij heb ik een passie voor het verbinden van kennis en kennissen. Mijn hele loopbaan staat in het teken van onderzoek naar (toekomstige) behoeften van gebruikers en de doorvertaling ervan naar verbeteringen en innovaties." Tegenwoordig werkt Zuiderveld vanuit New York, waar ze als Innovation Consultant verbonden is aan BeBright.

"Voorspellen wordt steeds meer voor de korte termijn. De wereld is zo verbonden en er zijn zo veel variabelen, dat het belangrijk is ons voor te bereiden op meerdere mogelijke toekomsten. Marktvolgers komen een eind met het bijhouden van trends in de eigen sector, maar marktleiders moeten sneller zijn dan concurrenten, leren van andere disciplines en blijven innoveren. Met behulp van scenarioplanning bijvoorbeeld. Maar ook door met een divers gezelschap bewegingen in de samenleving te bestuderen. Mijn kennis over gebruikersgedrag deel ik in publicaties en als adviseur. Samen met opdrachtgevers verken ik kansen en bedreigingen voor de toekomst. Als

de scenario's er eenmaal zijn, begint het advieswerk pas. Het spotten van trends en maken van scenario's moet omgezet worden in financieel gewin (of het voorkomen van verlies). Je hebt weinig aan al deze informatie als je niet in staat bent die door te vertalen naar opties, impact op een organisatie en strategische keuzes."

BELANGRIJKE KLANTEN? "Als corporate strateeg en kennismanager bij voormalig werkgever Rabobank, daarnaast als adviseur onder andere voor Rijkswaterstaat, NEVAT, Stichting Thuiszorg Directeuren, Nederlandse Vereniging voor Tuincentra en samen met Shell voor de World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), waar het internationale bedrijfsleven nadenkt over samenwerking bij mondiale langetermijnduurzaamheidsvraagstukken."

WAAROM IS TRENDWATCHING BELANGRIJK?

"Toekomstdenken is belangrijk voor de concurrentiepositie van organisaties. En van Nederland. Eigenlijk zou iedereen die met/voor klanten werkt zich bezig moeten houden met trends. Door de huidige crisis zal de focus meer op de korte termijn komen te liggen, op kostenefficiëntie en controle, maar ik hoop van harte dat innoveren niet vergeten wordt en dat Nederland(ers) over de grenzen kijken om mee te bewegen met ontwikkelingen."

www.bebright.eu