



**Van Leeuwen** spominje šest glavnih faktora koji mogu dovesti do disruptcije na vašem tržištu ili u vašem sektoru:

## 1 Prekapacitiranost

• Velika prekapacitiranost ili neiskorištenost unutar sektora pružaju mogućnost inovativnim poduzetnicima koji mogu postići isto no učinkovitije, jeftinije i s boljim odnosom prema klijentima. Cirkularna se ekonomija baziра на овом principu:

*Vozila većinom stoje, vozači kamiona često voze bez tereta, parkirališta i podrumi su često prazni. Kakva šteta! Hajmo ih iskoristiti i uporabiti pametnim logističkim rješenjima.*

Preko SnappCar, Peerby i PakUp zajednički koristimo vozila i parkirališna mjesta. Walmart (SAD) preko svojih klijenata dostavlja robu ostalim klijentima. BlaBlaCar (francuski start-up) traži od svojih korisnika da također razdajeljuju robu.

Što je veća neučinkovitost unutar sektora, to je veća mogućnost za disruptivna rješenja.

## 2 Transparentnost

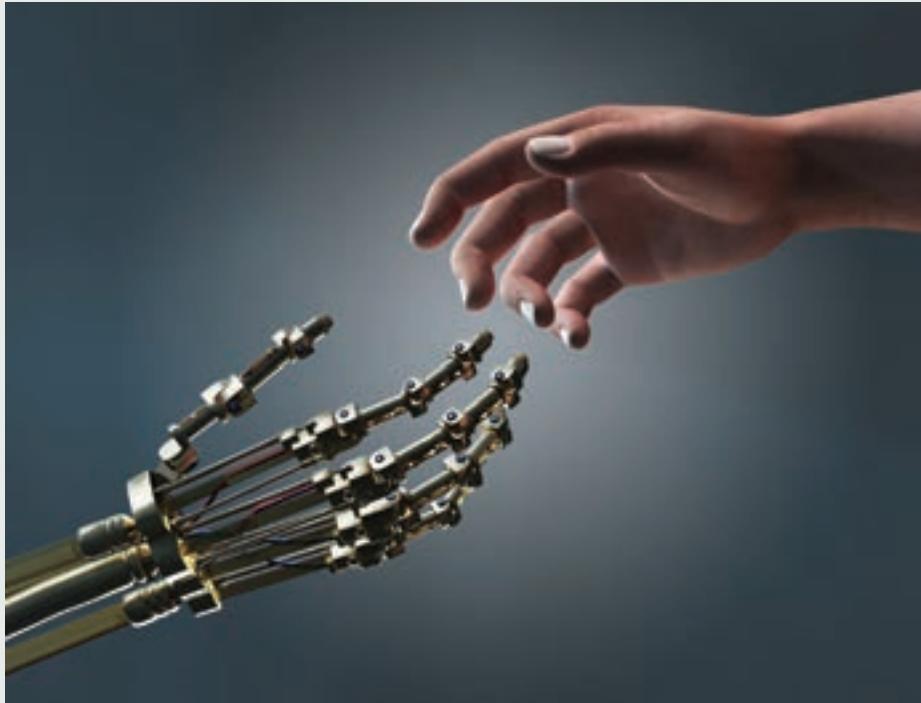
• U sektoru koji nije transparentan u pogledu kvalitete svojih usluga, pouzdanosti spram klijenata ili u odnosu cijena-kvaliteta zapravo se traže nove tvrtke koje će unijeti jasnoću. Bookings.com i Airbnb vrlo su uspješni jer točno vidite što dobivate; je li cijena poštena i kako drugi klijenti ocjenjuju kvalitetu i pouzdanost postojeće ponude na tržištu. Transparentnost je dobra zbog povjerenja klijenata, stoga će tvrtke koje je nude biti cijenjenije te će prema njima klijenti biti lojalniji. U mnogim sektorima takva transparentnost ne postoji, recimo kod bilježnika, liječnika, zubara, u bankama i osiguravajućim društvima.

## 3 Nepovoljne cijene

• Ako se klijenti moraju jako potruditi da dobiju što žele, prevagnut će nove tvrtke koje će bolje obavljati traženo. Većinom se klijenti moraju prilagoditi dobavljaču, umjesto da bude obratno. Sjetite se bolnica, liječnika ili mehaničara za vaš auto.

*Carglass razumije taj problem te dolazi k vama doma ili na posao da bi popravio razbijeni vjetrobran.*

*Stvar olakšavaju klijentima i svojim novim rješenjima u Picnic-u (online trgovina). Ili uspješne taksi usluge Ubera koje vam kao klijentu pružaju mnogo više usluga za manje novca od običnih taksi-tvrtki koje nisu usmjerene prvenstveno prema klijentima. U gradovima gdje postoji Uber cijene taksi su se smanjile 35-45%.*



## 4 Pod istim krovom

• U mnogim sektorima je ponuda za potrošače preširoka ili su kupci prisiljeni na zajednički sustav one-stop-shop. Sjetite se koje sve pakete i preplate morate ostvariti radi televizije, interneta, mobilne telefonije ili finansijskih usluga. Klijenti često traže manje, no... Pa se klijenti često odluče za jednostavne preplate! Sve pod jednim krovom' je vrlo popularna formula u mnogim sektorima kao što su bolničke dijagnoze, liječenja, hospitalizacija, oporavak, medikacija itd. To su prilike za tvrtke koje su fokusirane za jednu uslugu kao što su Breyer ili Scanadu.

## 5 Ispod radara

• Čuvajte se onih koji ulaze u vaš sektor s proizvodom koji izgleda jednostavnije ili je lošije kvalitete od vašeg proizvoda. To bi mogla biti disruptivna inovacija koja će potpuno preokrenuti vaše tržište.

Bit takvog proizvoda je da isprva 'leti ispod radara' jer je novi, mali igrač na tržištu, no s vremenom će se polako poboljšati i postati zanimljiv za vašu ciljanu skupinu ili čak na velikom tržištu. Nerijetko će biti prekasno da zaustavite ovu pridošlicu jer odnos kvalitete i cijene vama neće biti prihvatljiv.

*Sjetite se 3D proteza kao što je 3D-robot-ruka za 50 euro, koja nije tako kvalitetna kao vaša high-tech proteza od 6.000 eura. Razvoj 3D-printera je vrlo brz, stoga je samo pitanje vremena kada će taj rast postati ozbiljna prijetnja*

tradicionalnim proizvođačima proteza.

## 6 Nepotrebnost

• Razvoj nove tehnologije može u kratkom vremenu postići da vaši proizvodi ili usluge postanu nepotrebni. Kao što su portali zamijenili novine, kao što su poštari imaju manje posla jer postoje e-mailovi, ili nestajanje fizičkih proizvoda kao što su vinilne ploče, CD-ii, fotografije, knjige ili video-snimke uslijed digitalizacije.

*To je značio kraj za tvrtke kao što su Kodak, Polaroid i Polare. No i priliku za novoprdošle Apple s iTuneom, iPhoneom, za Spotify, Netflix i Amazon. TomTom je tek nekoliko godina bio uspješan na tržištu kad su ga prestigle aplikacije za surfanje na mobitelima.*

*Teška vremena dolaze i za trgovine elektronskom opremom, turističke agencije i prodavače osiguranja. Pogledajte kakav su uspjeh postigli novoprdošli Coolblue, internetska osiguranja i online putničke agencije.*

• Ovaj trend ne-posredništva također pruža prilike novim biznisima jer klijenti više ne vide 'stablo od šume'. Stranice koje uspoređuju proizvode, kvalitetu i cijene postaju vrlo uspješne, poput cheapflights.com itd.

Pitanje je kako je vaš sektor organiziran i strukturiran. I koliko je velika mogućnost da uskoro neće biti potrebe za vašim proizvodom ili uslugom. Hoće li biti potrebne auto-škole ili osobni šoferi kada je automobil bez vozača već na tržištu? Tesla samo što to nije ostvario!