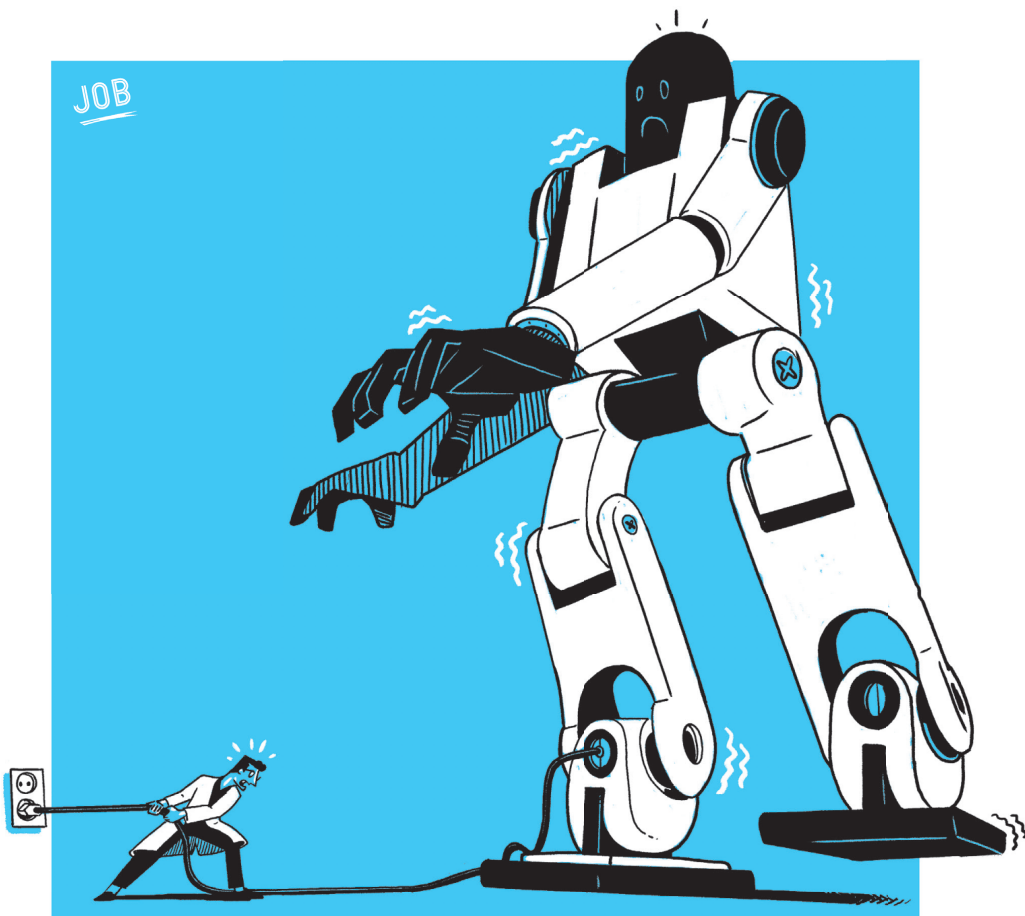


DE 7 GROOTSTE GEVAREN VAN INNOVATIE



Natuurlijk moet je innovatie aanjagen, vindt Gea Vellinga van Innovatie-spotter. Maar, wees je als ondernemer wel bewust van de gevaren die focus op innovatie met zich mee kan brengen. noordz zet zeven 'bedreigers' van innovatie op een rijtje.

Door Karlijn ter Horst, illustratie Job van der Molen

GEVAAR 1 Onvoldoende oog voor concurrentie

„Een potentiële klant van een nieuw product heeft vaak een ander beeld van een mogelijke concurrent dan de ondernemer zelf. Je kunt als ondernemer wel denken: oh, dit is geen concurrent. Maar als een klant daar anders naar kijkt, dan heb je er toch een concurrent bij. Zoek dus naar bedrijven die in jouw vakgebied iets vergelijkbaars doen. Dat doe je vooral door met klanten om tafel te gaan. Dat kan heel lastig zijn, hoor. Maar als je ernaar vraagt, blijkt er toch bijna niemand te zijn die nee zegt. Je moet risico omdraaien naar een kans.”

GEVAAR 2 Zelf invullen wat je klant wil

„Dit lijkt een open deur, maar het gebeurt vaker dan je denkt: zo maar vanachter een bureau op een zolderkamer van alles bedenken. Maar daarmee heb je geen idee hoe je klant tegen de markt aankijkt. Wie wil waarvoor eigenlijk betalen? Wederom geldt: ga met je klant om tafel en zoek het uit. Ga dan wel met de juiste doelgroep in gesprek en heb oog voor het gedrag van jonge mensen met ambitie. Minder voor de bezwaren van de gevestigde orde.”

GEVAAR 3 In de verkeerde laag in de keten zitten

„Kijk wie dezelfde doelgroep als jij bedient en probeer samen te werken, in plaats van die doelgroep zelf te benaderen. Veel bedrijven zien een eindgebruiker als hun klant. Maar het is lastig om alles tot je klant te rekenen, want dan zie je een marktpositie waarvoor je wel miljoenen nodig hebt om te kunnen realiseren. Dat hebben bedrijven vaak niet door als ze met innovatie bezig zijn. De truc is een stap hoger in de keten: niet een product voor de eindgebruiker, maar een product dat complementair is aan een vergelijkbaar product. Je kunt beter meeliften dan concurrent worden. Je kunt beter met één groot bedrijf onderhandelen en daar omzet uithalen. Durf dus je businessmodel over de kop te gooien.”

GEVAAR 4 Onzichtbare blokkades

„Er zijn vaak blokkades in je markt, die ondernemers op het eerste oog niet zien of verwachten. Een voorbeeld: je brengt een offerte uit voor een

digitaal hrm-systeem. Je denkt dat het een goed systeem is; een klant is geïnteresseerd. Maar uiteindelijk, aan het eind van het offertetraject, gaat de deal toch niet door. De hrm-afdeling denkt namelijk, wanneer ze lucht krijgen van de plannen van de directie: hallo, ons werk, straks staan we op straat. Interne krachten kunnen ertoe leiden dat je uiteindelijk geen product aan de man kunt brengen. Hoe eerder je die blokkades in de gaten hebt, hoe minder tijd je kwijt bent en hoe meer kans op slagen er is. Houd rekening met randvoorwaarden van je product.”

GEVAAR 5 Te veel willen innoveren

„De kosten gaan altijd voor de baten uit. Kijk of je innovatie terug kunt verdienen. En doe niet te veel in één keer.

Grote bedrijven als Philips zetten ook kleine stappen. Bij ieder stapje verdienen ze er namelijk wel iets aan. En de klant nemen ze langzaam aan mee. Iedereen roept wel dat disruptieve innovatie moet, maar dat is maar een heel klein deel van de ondernemers gegeven. Als je kleine stappen zet, kun je innovatie bovendien vaak met eigen geld betalen. Stop ook met dingen die niet werken in je bedrijf. Dat is soms lastig, want het kost tijd om dat te ontdekken.”

GEVAAR 6 Blijven hangen in je eigen belevingswereld

„Als je echt iets wil op het gebied van innovatie, is het een groot gevaar om in je eigen belevingswereld blijven zitten. Je ziet het bijvoorbeeld met studenten. Die komen allemaal met een

oplossing voor studenten. Opnieuw een bekende open deur, maar wel één die we regelmatig tegenkomen.”

GEVAAR 7 In je eentje innoveren

„Alleen zitten prutsen is fout. Zorg dat je in vier posities voorziet als je gaat innoveren: technologie, marketing, organisatie en een extern netwerk. Waak voor het uitvindingsyndroom. Dan bestaat het gevaar dat je in je eigen bloedgroep blijft hangen. Als je wilt innoveren, moet je ook op een slimme manier de markt benaderen. Dat is een vak, niet iets wat je er even bij doet. Je moet als technet samenwerken met iemand die een idee heeft van de markt.”

Als je kleine stapjes doet, kun je het met eigen geld betalen