

Eerste stap naar open innovatie en co-creatie

HET INNOVATIEPROCES

INNOVEREN

Innovatie is hot. Wie is er nu niet met innovatie bezig? Innovatie is mogelijk op allerlei gebieden, van nieuwe innovatieve wervingcampagnes tot aan briljante innovatieve technische oplossingen. Om je als succesvolle organisatie in de huidige economie te kunnen onderscheiden is het vermogen om te kunnen innoveren van levensbelang geworden.

Door Joost Dekkers

Deze innovatietrend is inmiddels bij elk bedrijf doorgedrongen en innovatie is niet meer weg te denken uit het bedrijfsleven. De meest succesvolle bedrijven van deze tijd zijn de bedrijven die continu en in hoog tempo durven innoveren. Om dit te kunnen doen heb je het lef nodig om je eigen processen te bekritisieren en te verbeteren. En dit lef heeft ertoe geleid dat deze succesvolle bedrijven ook hun eigen innovatieproces zijn gaan evalueren en uiteindelijk ook zijn gaan innoveren. De nieuwste trends op het gebied van innovatie zijn 'open innovatie' en 'co-creatie'. Bij open innovatie wordt er bedrijfsinformatie met andere partijen, soms zelfs concurrenten, gedeeld om samen tot nieuwe oplossingen te komen. De innovatie via co-creatie ontstaat door samen met de consument bedrijfsprocessen te analyseren en te verbeteren. In theorie klinken deze termen logisch en vanzelfsprekend. Toch is er weer een hoop lef voor nodig om bedrijfsinformatie te delen en om consumenten of andere stakeholders bij het innovatieproces te betrekken.

Battle of Concepts

Anderhalf jaar geleden startte ik de website www.battleof-concepts.nl. Op deze site plaatsen bedrijven en overheidsinstanties vraagstukken in de vorm van 'Battles', wedstrijden. Studenten en Young Professionals (HBO en WO tot en met 30 jaar) worden uitgedaagd mee te denken over oplossingen

voor deze vraagstukken en kunnen hun ideeën in de vorm van een 'concept' insturen. Deelnemers kunnen prijzengeld winnen en ontdekt worden door de deelnemende bedrijven. Met 2500 leden is Battle of Concepts inmiddels de grootste denktank van Nederland. Op dit moment zijn het met name nog grote bedrijven zoals Fortis, Eneco, ANWB, TNT, Nationale Nederlanden en TNO die onze denktank inzetten voor uiteenlopende vraagstukken. Zo kan er worden gevraagd mee te denken over een nieuwe marketingcampagne, over oplossingen voor een technisch of ICT-probleem, of wordt er gevraagd naar ideeën voor verbetering van producten, diensten of websites. Gemiddeld ontvangt een bedrijf 40 tot 50 uitgewerkte concepten (van ongeveer vijf pagina's) per Battle. Elke Battle levert een zee aan (markt)informatie op en juist de combinatie van verschillende ideeën leidt tot nieuwe inzichten. U kunt zich voorstellen dat innoveren met deze nieuwe inzichten een stuk gemakkelijker en sneller zal gaan.

Open innovatie

Battle of Concepts is een eerste stap naar open innovatie en co-creatie. Nog lang niet elk bedrijf is hier aan toe. Zo hadden wij laatst een afspraak bij een van de grootste elektronica-producenten van de wereld. Al snel bleek onze gesprekspartner alle boeken over open innovatie en co-creatie te hebben gelezen. Hij was een groot fan van open innovatie. Maar toen hij hoorde dat zijn vraagstuk open op onze site

kwam te staan, schok hij; "Dus concurrenten kunnen ons vraagstuk ook zien?"

Deze ervaring geeft aan dat het voor organisaties nog een hele stap is om het vraagstuk openbaar te maken, laat staan dat deelnemende bedrijven ook de concepten openbaar maken. Dit laatste doen wij met Battle of Concepts nog niet. Maar dit is wel de volgende stap richting echte open innovatie. Deelnemers zouden elkaar dan kunnen inspireren en elkaars concepten kunnen verbeteren, totdat er uiteindelijk een ultiem concept ontstaat. Hoewel wij helemaal geloven in deze open versie van Battle of Concepts, zullen wij dit voorlopig niet introduceren. De markt is hier simpelweg nog niet aan toe.

Voordat de markt klaar is voor echte open innovatie zijn we zeker vijf tot tien jaar verder. De markt zal eerst het vertrouwen moeten krijgen dat via deze nog onbekende vorm van innoveren succesvolle resultaten te boeken zijn. Toch kunt u al op korte termijn uw innovatieproces innoveren. Hiervoor moet u wel uw vraagstuk durven delen en open staan voor ideeën en oplossingen van buitenaf.

Via uitschrijven van een wedstrijd (Battle) laat u experts van buiten het bedrijf, bij ons zijn dat hoogopgeleide studenten en starters, meedenken over uw vraagstuk. De beste fase voor het inzetten van een Battle is de brainstorm-fase. Hierbij kunt u denken aan het moment dat uw bedrijf gaat nadenken over een nieuwe marketing campagne, of een nieuwe wervingstrategie, over nieuwe producten of diensten, maar ook over nieuwe technische oplossingen of verbetering van uw huidige website.

Vijftig ideeën en dan

En dan ontvangt u vijftig ideeën door een uitgeschreven Battle. Ook intern leven er meestal veel goede ideeën.

Maar wat gaat u uiteindelijk doen met u al die ideeën? Met regelmaat hoor ik onvrede van medewerkers van een bedrijf over daadkracht om ideeën ook echt uit te werken tot bijvoorbeeld een nieuw product of dienst. De klacht dat managers niets met hun ideeën doen, en daardoor hun ideeën niet meer delen, klinkt u wellicht ook bekend in de oren. Innoveren kan elk bedrijf, maar niet elk bedrijf durft. De meest innovatieve bedrijven zijn vaak startende ondernemingen die snel willen groeien of juist ondernemingen die in een zeer competitieve markt opereren en bang zijn hun marktaandeel kwijt te raken. Zij hebben de motivatie, of beter gezegd de inspiratie, om te durven innoveren.

Is deze inspiratie in uw organisatie even zoek? In de huidige (kennis)economie gaan de ontwikkelingen zo snel, komt de concurrentie uit steeds meer landen en zorgen de combinaties van innovatieve producten en/of diensten voor zoveel nieuwe mogelijkheden, dat ik met zekerheid durf te zeggen dat een (onbekende) concurrent al heel ver is, veel verder dan u misschien denkt.

Joost Dekkers (joost.dekkers@battleofconcepts.nl) is bedenker en oprichter van de innovatiewebsite Battle of Concepts.



Wel cijfers, maar geen nummer

0800-5432101

Met Valid Business Intelligence krijgt u meer zicht op uw cijfers. Cijfers die u inzicht geven in de performance van uw organisatie. Zodat u deze performance kunt verbeteren en voorop kunt blijven lopen in uw markt.

Echter u bent bij ons geen nummer. Bij Valid is persoonlijke aandacht namelijk nog de normaalste zaak van de wereld. We doen er alles aan om erachter te komen wat er bij u speelt, wat u belangrijk vindt en hoe uw markt eruit ziet. Alleen zo kunnen wij u de diensten leveren waarmee u altijd een stap voor bent.

www.valid.nl

