

Categorie	Diensteninnovatie	Link
Software		
Apple	Veel gratis software applicaties voor Iphone	www.apple.com/downloads/
Google	Tientallen gratis applicaties (google maps, desktop etc.)	www.google.nl / maps.google.nl
Mozilla	Gratis te downloaden internetbrowser en verschillende Add-ons	www.mozilla.com
Telefonie		
Telfort / KPN etc.	Inzage en specificatie facturen	www.telfort.nl / www.kpn.nl
Rentobile	Verschillende nieuwe mobiele telefoons uitproberen, zonder vast te zitten aan lange contracten	www.rentobile.com/
Logistiek		
TNT	Track & Trace / Brievenbussen op verschillende hoogte	www.tnt.nl
Sport		
Nike	Analyse en feedback loopgedrag gebruiker (i.s.m. Apple)	www.nike.com
Adidas	Klant kan eigen schoen ontwerpen	www.adidas.com
Cycle2City	Full service locatie voor fietsers (reparatie, stallen, omkleden, douchen etc.)	www.cycle2city.com.au/site.php?content=home
Youbike	Eerste 30min gratis huurfiets	www.youbike.com.tw/upage/
Energie		
Nuon	Gratis online energie-advies (bespaartips)	www.nuon.nl/producten-en-diensten/energie-advies
Luchthaven		
Sleeping in Airports	Reviews over de beste plekken op een luchthaven om te slapen	www.sleepinginairports.net/
Eten/drinken		
Heineken	Privileges voor members die "e-tjes" sparen / Heineken Lounge op luchthaven Hong Kong	www.heineken.nl
Ahold	Bonuskaart / Online winkelen / Thuisbezorgen (Albert)	www.ah.nl / www.albert.nl
Minibar (Amsterdam)	Persoonlijke minibar en selfservice	www.minibaronline.com
Wagaboo restaurant (Madrid)	Mogelijkheid om specifieke tafel online te reserveren	http://www.wagaboo.com/
BakerTweet	Laat via Twitter weten wanneer er een vers gebakken broodje uit een oven komt	http://www.bakertweet.com/
Adopt-a-Farmer	Een hotelketen promoot lokale boeren door hun streekproducten aan te bieden	http://www.loewshotels.com/en/default.aspx
Banken		
ING Wegwijzer	Camera van telefoon lokaliseert automatisch de dichtstbijzijnde vestiging	www.wegwijzer.ing.nl/
Spaarbod	Spaarbod laat banken rente op spaargeld van de geregistreerde gebruiker bieden	www.spaarbod.nl
Kopen/vergelijken		
Kieskeurig.nl	Gratis vergelijk-informatie en reviews	www.kieskeurig.nl
CrowdSprout	Ouders die hetzelfde willen kopen groeperen zich voor een betere prijs	www.crowdsprout.com/
Weer/verkeer		
Buienradar.nl	Gratis informatie over (lokale) kans op neerslag	www.buienrader.nl
Overig		
KvK	Gratis coach (tegoed van 1000 euro) voor startende ondernemers	www.kvk.nl
Vistaprint	Gratis visitekaartjes	www.vistaprint.nl

Figuur 1: Diensteninnovaties onderverdeeld naar bedrijfspcategorieën

Omgevingsverkenning

In figuur 1 staan een groot aantal diensten gesommeerd die gekoppeld zijn aan bedrijven uit verschillende categoriën. Tijdens de analyse vielen de volgende zaken op:

1. Internet speelt een hoofdrol bij diensteninnovaties. In het bijzonder internet dat aangeboden wordt op de zogenaamde mobiele devices, zoals de Iphone van Apple. Wat samenhangt met internet is het feit dat gebruikers zich eerst dienen te registreren, alvorens van de nieuwe dienst gebruik te kunnen maken.
2. Veel diensten worden 'gratis' aangeboden, of men krijgt een bepaalde korting. Gratis betekent niet altijd voor niets. Vaak gaat het de bedrijven om de kostbare klantgegevens, zoals contactgegevens en met name persoonlijke voorkeuren. Daarnaast brengt de gratis dienst ook een hoop reclame met zich mee, bijvoorbeeld gratis visitekaartjes met op de achterkant de naam van het bedrijf. Of een mok met een logo. Tenslotte is de gratis dienst vaak geen volledige dienst, maar slechts een lokkertje naar de echte dienst. Deze dient vanzelfsprekend wél betaald te worden (bijvoorbeeld de eerste 30min gratis een huurfiets lenen).
3. De trends in het aanbod van de nieuwe diensten zijn:
 - a. Diensteninnovaties zijn niet per definitie functioneel of effectief, maar kunnen ook leuk en voor de lol zijn.
 - b. Diensteninnovaties hoeven niet altijd kostbaar te zijn.
 - c. Diensteninnovaties zijn niet meer puur technische innovaties, maar steeds vaak gericht op marketing.
 - d. Zelfservice blijft een belangrijke factor spelen (zie het voorbeeld van de 'Minibar' in Amsterdam)
 - e. Diensteninnovaties spelen handig in op het feit dat consumenten graag eenvoudig *zelf* geld willen verdienen.
 - f. Diensteninnovaties spelen zich vaak af in de koppeling tussen de online én echte wereld (zie 'BakerTweet')
 - g. Diensteninnovaties spelen (handig) in op de bestaande groene en duurzame trend ('Cycle2City' en 'Youbike')
 - h. Diensteninnovaties richten zich vaak op consumenten met een vergelijkbare levensstijl, vanwege het feit dat deze consumenten elkaar graag kopiëren.
 - i. Diensteninnovaties spelen in op het voordeel wat consumenten behalen als ze zich gaan groeperen ('CrowdSprout').
 - j. Diensteninnovaties richten zich veelvuldig op applicaties die GPS aan internet koppelen (bijvoorbeeld de 'ING Wegwijzer')
 - k. Diensteninnovaties ontstaan o.a. door zeer lokale producten en diensten te koppelen aan het medium internet (zie ook 'Adopt-a-Farmer').

Succesfactoren

Valkuilen

Snelheid	Onpersoonlijk
Goedkoop	Onbetrouwbaar
Transparant	Onoverzichtelijk
Leuk	Ingewikkeld
Groen	Onveilig
Custom made	Massaal
Lokaal	Voorspelbaar

Strategie

Mijn strategie richt zich op de zorgmarkt. Er wordt naar mijn mening nog te weinig gekeken naar het belang van de gebruiker. De klant is in deze sector helaas (nog) geen koning (of koningin), maar wordt letterlijk en figuurlijk behandeld als patiënt. Door het toepassen van de volgende strategie is de klant niet langer slechts patiënt en wordt de zorgmarkt overzichtelijker en bovendien vriendelijker. De strategie is opgehangen aan drie pijlers die men ook al terugzag in de succesfactoren.

1. Transparantie triomfeert

Transparantie creeërt duidelijkheid en inzicht en draagt daardoor bij aan de kwaliteit. De zorgmarkt kan inzichtelijker worden door bijvoorbeeld gebruikers ervaringen te laten 'reviewen'. Mensen vertrouwen immers snel goede en slechte ervaringen van andere mensen in hun omgeving of mensen waarmee ze zich kunnen identificeren. Gebruikers kunnen bijvoorbeeld op een site van de huisartsenpraktijk, ziekenhuis of op een algemene site hun ervaringen delen met andere bezoekers. Of kunnen een tandarts, dokter of instelling cijfermatig beoordelen en andere (nieuwe) klanten daardoor beïnvloeden in de keuze. Natuurlijk is het aan te raden de bezoekers van de site eerst te laten registreren, alvorens men over kan gaan tot de beoordeling.

Een andere vorm van transparantie is dat men zicht heeft in zijn of haar patiëntendossier. Een gevoelig en actueel onderwerp, maar draagt zeker bij aan duidelijkheid en overzicht. Men kan bijvoorbeeld online nakijken welke medicijnen men gebruikt of in het verleden gebruikt heeft. Of welke ernstige ziektes er reeds in de familie voorkwamen. Ook kan men online bepaalde medicijnen bestellen, laten herhalen, afrekenen en tegelijkertijd de rekening doorsturen naar de betreffende zorgverzekeraar.

Wanneer men opgenomen wordt in het ziekenhuis worden naasten automatisch op de hoogte gebracht (bijvoorbeeld per sms of mail) in welk ziekenhuis en op welke afdeling men ligt. Het zelfde geldt natuurlijk ook voor overplaatsing, danwel ontslag. Indien gewenst is er ook een mogelijkheid om letterlijk (realtime) een kijkje te nemen in het ziekenhuis of op de kamer van de patiënt, door het koppelen van camera's aan internet.

In het geval men een klein ongeluk krijgt kan men via zijn of haar Iphone (of een andere device) snel de dichtstbijzijnde huisartsenpost of EHBO lokaliseren.

Voor mensen met allergieën wordt winkelen niet meer een tijdrovende bezigheid. Wanneer men langs de schappen loopt in de supermarkt geeft de mobiele device automatisch aan wat wel (groen!) en niet (rood!) geconsumeerd mag worden.

Zorg kost veel geld. Hoe zou het zijn als vanuit de zorgmarkt gecommuniceerd wordt welke kosten er gemaakt worden. Wat is bijvoorbeeld de prijs van een ziekenhuis-overnachting? Of de prijs van een bepaalde scan of operatie. Op deze manier wordt de gebruiker zich meer bewust van de waarde en betekenis van de zorg en weet hij of zij waar het geld blijft.

2. Surprise surprise!

Consumenten worden graag verrast. In de zorgmarkt komt dit aspect nog maar weinig voor. Hoe fijn zou het bijvoorbeeld zijn als men van de dokter onder persoonlijke noemer een bloemetje krijgt thuisbezorgd na een lange behandelperiode. Of een sms dat men de volgende ochtend een afspraak heeft in het ziekenhuis. Of een routebeschrijving op de Iphone zodat men in een groot ziekenhuis snel de juiste afdeling weet te vinden.

Voor de naaste familie en vrienden van een patiënt is het een uitkomst als deze via een persoonlijke pagina op de hoogte worden gehouden van de ontwikkelingen in het ziekenhuis. Naast contactgegevens, is het handig dat bezoekers van de patiënt zich online kunnen inschrijven voor een bezoek. De patiënt kan op zijn of haar beurt aangegeven wanneer rust gewenst is of wat hij of zij graag zou willen krijgen als attentie. Op de persoonlijke pagina is ook ruimte voor een gastenboek waarbij naast de patiënt beterschap kunnen wensen en waar de behandelende arts een kort woordje richt tot de familie. Op deze manier wordt de zorg voor de gebruiker persoonlijker, humaner en bovendien leuker.

3. Eco = logisch

Tenslotte is omgaan met de eco-trend een belangrijke pijler van diensteninnovatie. Ook in de zorg:

Consumenten willen weten waar bijvoorbeeld medicijnen vandaan komen en in hoeverre deze gemaakt zijn van natuurlijke (of zelfs biologische) grondstoffen. Dat kan als percentage aangegeven worden op de verpakking of op de online webpagina. Dat geldt ook voor het eten wat men nuttigt als patiënt, danwel bezoeker in het ziekenhuis.

In het ziekenhuis kan voor de bezoekers digitaal aangegeven worden hoe de afvalstromen lopen, hoeveel er wordt gerecycled en/of hergebruikt.

Ziekenhuizen gaan alleen nog samenwerken met taxi-bedrijven waarvan de taxi's rijden op electriciteit. Medewerkers van zorginstellingen worden gestimuleerd met de fiets naar het werk te reizen, doormiddel van korting op de aanschaf.

Aanpak

De strategie werkt heel eenvoudig: brainstorm met uw bedrijf, branche of sector over diensteninnovatie aan de hand van de bovenstaande drie pijlers en geef in deze brainstorm dus antwoord op de volgende vragen:

- 1. Op welke wijze word ik transparanter?**
 - a. Wat vinden de klanten nu van mij?
 - b. Hoe vinden de klanten nu de weg naar mij?
 - c. Waarom komen ze (niet) terug?
- 2. Hoe creëer ik verrassing voor de gebruiker/consument?**

- a. Wat verwachten ze *juist* niet?
- 3. Hoe word ik groen?**
 - a. Welke processen zijn nu vervuilend?
 - b. Hoe bewust ben ik zelf?

Rol Overheid

De overheid speelt een stimulerende rol voor, tijdens en na de strategie:

Voor

De rol van de overheid heeft hoofdzakelijk betrekking op de regelgeving én heeft dus een bepalende rol in het verwezenlijken van de bovenstaande strategie. Een versoepeling en/of aanpassing van de huidige regelgeving kan een gunstige invloed hebben op meer transparantie en groene innovatie.

Tijdens

De overheid kan daarnaast tijdens de uitvoering zorgdragen voor de veiligheid van (persoonlijke) gegevens, die uitgewisseld gaan worden bij een transparantere beleidsvoering.

Na

Tenslotte heeft de overheid na het toepassen van de strategie ook een controlerende taak.

Bonusvraag

Pakkende Engelse title voor de Innovation Lecture 2009: **Add your service!**

