

Battle Ministerie van Economische zaken ; Innovatie.

Omgevingsverkenning:

“De mate van succes van innovatie heeft weinig te maken met de grootte van het bedrijf en het geldbedrag dat zij beschikbaar stellen voor innovatie”

Company	Company
Alliant Techsystems Apple Computer Barr Pharmaceuticals Biomet Black & Decker	Adidas Cadbury Schweppes Christian Dior Meda Phonak
Noord Amerika	Europa
Company	Company
Casio Computer Daiwa House Fujikura Ibiden Kobe Steel	Asustek Computer AU Optronics Chi Mei Optoelectronics Cia Vale Do Rio Doce Coretronic
Rest van de wereld incl. China	Japan

Dit blijkt uit het onderzoek van het New Yorkse bedrijf Booz Allen Hamilton's : The global innovation 1000. Het onderzoek wijst uit dat de bedrijven in het figuur hiernaast minder geld dan hun concurrenten en gelijken uitgeven aan innovatie, maar een groter succes hebben behaald. Het onderzoek is gebaseerd op een viertal regio's; Noord Amerika, Europa, Japan en de rest van de wereld inclusief China.

Maar naast Booz Allen Hamilton's is ook het onderzoek van BusinessWeek een goed voorbeeld. Dit onderzoek is gehouden door de Boston Consulting Group. Dit onderzoek bracht een top 25 lijst uit. Hierbij kwamen een aantal belangrijke punten naar voren:

- Bedrijven en hun werknemers hebben genoeg innovatieve ideeën, maar moeite om het idee via een gedisciplineerd proces effectief in werking te zetten. Met een gedisciplineerd proces kan geld met innovatie worden verdiend.
- 46% is nu tevreden over de inkomsten die worden gegenereerd door innovatie.
- 66% vindt innovatie een top prioriteit.
- 67% wil de investeringen in innovatie omhoog trekken.

Textuele Voorbeelden:



Waar Apple binnen het onderzoek van Booz Allen Hamilton's op nummer 2 staat, is Apple ook door het tijdschrift BusinessWeek favoriet benoemd. BusinessWeek heeft een onderzoek laten doen door de Boston Consulting Group. Apple is al drie jaar achter elkaar verkozen tot meest innovatieve bedrijf. Apple heeft zijn succes weten te behouden door in 2008 de online apple app store te openen.



Een ander voorbeeld is het innovatieve idee van Adidas. Adidas heeft in een winkel in Parijs een speciale spiegel gemonteerd waarbij de consument virtueel schoenen kan passen. Via een computersysteem (ad-lab) kan de consument de schoen selecteren en verschijnt deze in 3d op de spiegel aan de voet van de consument. Wanneer de consument zijn/haar voet draait zal de schoen meedraaien.



Ook Volvo probeert in tijden van recessie innovatief om te springen met de consument zodat deze toch maar een nieuwe auto koopt. De oplossing hiervoor: De klant over laten vliegen naar Zweden om vervolgens de auto zelf naar huis te rijden. De klant krijgt hierbij de vlucht, een hotelovernachting en een rondleiding door de Zweedse fabriek van Volvo alvorens ze weer terug naar huis keren.



- Maar in een totaal andere branche en sector wordt ook geïnnoveerd.
- Microlan, een bedrijf dat zich bezighoudt met wateranalyses etc, heeft een meetinstrument ontwikkeld waarbij bacteriën licht gaan geven als er vervuilde chemicaliën in ons drinkwater zitten. Dit maakt meten een stuk gemakkelijker.
- De TOXcontrol, zoals het apparaat is genoemd, is een internationaal succes en staat al bij drinkwaterbedrijven in Duitsland, Nederland en Frankrijk. Het doel is nu de Chinese en Koreaanse markt te betreden.



- Ook het bedrijf TomTom heeft nagedacht over diensteninnovatie.
- TomTom heeft een recent verklaard zich te laten ombouwen tot een dienstverlener. TomTom geeft namelijk niet alleen aan hoe men met een TomTom op een bepaalde locatie komt, maar ook wat er langs die locatie/route is.



- Syntens heeft al meerdere bedrijven geholpen een innovatief bestelsysteem te ontwikkelen. Zo ook bij MTC. MTC heeft nu dan ook op zowel B2C en B2B vlak meer bestellingen. Een reactie van MTC: "Ze komen van alle kanten".

Visuele voorbeelden:



Adidas-spiegel



KLM-online vliegtickets



Heineken-Experience Ikea-Familie pas



Een aantal innovatietrends:

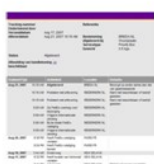
- Crisis is een kans.
- Sociale innovatie.
- Duurzaamheid.
- Internet/web3.0
- Accidental Innovation.
- Crowd Wisdom
- Steeds creatiever, minder op de kosten letten.
- Op sociale sites is het belangrijker met wie je vrienden bent, dan met hoeveel.



Disney-Fast Pass



Schiphol-Self Service



Fedex-Track It



Hallmark-E-card

Maar er zijn ook valkuilen:

- "Innovatie plannen kunnen alleen succes hebben als er een innovatieteam is opgesteld".
NEE! Iedereen heeft goede ideeën en kan innoveren, niet alleen innovatieteams!
- "Alleen grote veranderingen helpen".
NEE! Ook meerdere keren kleine veranderingen aanbrengen kan tot een succesvol resultaat leiden.
- "Innoveren kan alleen als je net start of met iemand samengaat".
NEE! Innovatie kan altijd.
- "Innovatie is zomaar door te voeren, hiervoor heb je weinig leiderschap nodig".
NEE! Goed leiderschap is nodig om het innovatieproces te sturen. Iemand moet de leiding nemen om tot een doeltreffend en effectief resultaat te komen.

Het concept: Innovatie in de zorg

Uit de omgevingsverkenning is te concluderen dat er in elke branche voorbeelden van innovatie te zien zijn. Een branche die een grote kans heeft voor innovatie is de zorg.

Binnen de zorg zal de vergrijzing, binnen nu en 2038, een **enorm issue** zijn. Het aantal ouderen stijgt van 2.4 miljoen ouderen naar **4.3 miljoen** ouderen. Dat betekent dat een kwart van de 17 miljoen Nederlanders 65 jaar of ouder zal zijn. Doordat de **vergrijzing** zo'n grote rol gaat spelen in de maatschappij is het juist goed om daar de diensteninnovatie op toe te passen. Maar het concept kan tevens worden toegepast op **andere zorggebieden** als verstandelijk gehandicapten.

Wanneer een oudere bijvoorbeeld een nieuw bed of nieuwe kleding nodig heeft of een aanpassing aan de wc, zijn hier altijd een aantal problemen. Deze problemen kunnen door dit concept worden verholpen:

- Mobiliteit:

Men gaat vaak niet graag voor nieuwe kleren, een nieuw bed enzovoorts het centrum in.
Dit in verband met lopen, afstand, routes, begeleiding en/of drukte.

- Moeilijk testen:

Aan de hand van een 5 min op een bed te hebben gelegen is het moeilijk beslissen of dit bed echt goed is voor de oudere of dat deze toch beter een andere kan kiezen. De rug van een ouder iemand went zoiezo langzamer aan een bed.

- Belasting verzorger:

De verzorger die mee is met de oudere wordt vaak (licht tot zwaar) belast.
Dit kan op zowel geestelijke als lichamelijke manier.

Daarnaast speelt het concept in op een aantal negatieve punten in de zorg voor ouderen:

- Ouderen voelen zich eenzaam, en worden niet veel bezocht.
6,8% van de mensen in een verzorgingstehuis krijgt nooit bezoek.
33% voelt zich eenzaam, 200.000 zelfs erg eenzaam.

- Er worden weinig uitstapjes met ouderen gedaan.

- Er wordt niet veel geld meer besteed aan de ouderen.

Letterlijk gezegd door een medewerkster van een verzorgingstehuis:

“De kinderen van mevrouw kwamen en zeiden doe het goedkoopste bed maar, ze gaat toch bijna dood”.

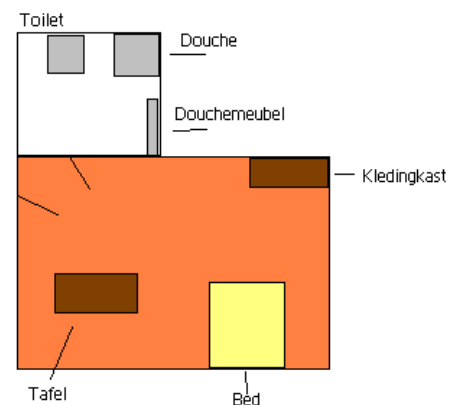
Naar aanleiding van alle bovenstaande punten is gekozen om een concept te creëren voor de zorg. Het idee is om ouderen gemakkelijker kennis te laten maken/uit te laten proberen van aanpassingen en hulpmiddelen. In het idee is een sociaal karakter toegevoegd.

Uitleg stapsgewijs in een voorbeeld:

* Er zijn een aantal fictieve namen gekozen voor dit voorbeeld.

Stap 1 : Concluderen probleem

Mevrouw de Jonge wordt ouder, zij heeft een aantal aanpassingen nodig in huis, zodat zij thuis kan blijven wonen. De aanpassingen betreffen een nieuw bed en een aangepaste badkamer. Meneer de Jonge is een aantal jaar geleden overleden en de dochter van mevrouw de Jonge houdt een oogje in het zeil. De dochter is manager bij een groot bedrijf en heeft het vaak druk. Daarbij blijft een bezoekje dus nog wel eens achterwege. De dochter besluit naar de dichtstbijzijnde winkel te gaan om navraag te doen naar de aanpassingen.



Stap 2: Informatie verkrijgen

De verkoper ziet de dochter binnenkomen en verstrekt haar **informatie** over verschillende typen bedden en badkameropties. Op een gegeven moment zegt de verkoper tegen de dochter dat zij eventueel ook alles een nachtje mag uitproberen in hotel X. In Hotel X heeft de winkel namelijk, samen met nog een aantal winkels, een **kamer ter beschikking**. In deze kamer mogen de dochter en haar moeder een dag en nacht de aanpassingen **uitproberen** zodat zij een goede en weloverwogen keuze kunnen maken. De verkoper vraagt tevens de dochter of ze gebruik zou willen maken van de **kleedservice**. Hierbij geeft de dochter de maat van haar moeder door en zorgt één van de partners (een kledingwinkel) ervoor dat de kast in de kamer is gevuld met vrouwenkleding in de maat van Mevrouw de Jonge. De kamer is op kosten van de winkels.

Stap 3: Aangekomen in het hotel

Aangekomen in het hotel worden dochter en moeder de Jonge naar de kamer gebracht. De kamer is geheel ingericht voor ouderen. Er zal een bed uit te proberen zijn, een aangepaste badkamer, meubelen, hulpmiddelen en er zal een kledingkast aanwezig zijn. Mevrouw de Jonge is in de gelegenheid alles in alle rust uit te proberen. Zo kan de dochter haar moeder helpen om nieuwe kleding te passen en uit te kiezen. Zo draagt de winkel bij aan een **goede weloverwogen keuze**. Nadat de kleding is uitgezocht gaan moeder en dochter een gezellige wandeling maken en een hapje eten. Zo dragen de deelnemende winkels ook mee aan een gezellig sociaal uitstapje tussen dochter en moeder.

Stap 4: De reactie

Teruggekomen uit het hotel zal de vrouw nog lange tijd over de **service en het sociale karakter** van de dag praten. Zij heeft een heerlijke dag gehad samen met de dochter en de nodige juiste hulpmiddelen weten uit te proberen en aan te schaffen. Ze heeft **vertrouwen** in de nieuwe spullen die zijn gekocht. Voor de dochter is zo'n dag **veel minder belastend** en ook zij zal het als een ware rust ervaren om op deze manier te “winkelen” en uit te proberen.

Maar Mevrouw de Jonge hoefde “alleen maar” een aantal aanpassingen. Voor iemand die bijvoorbeeld in een verzorgingstehuis terecht zal komen, is het helemaal **gemakkelijk** om op deze manier met een familielid of verzorger spullen aan te schaffen. Vooral met bijvoorbeeld kleding als men niet zo mobiel meer is. Of denk aan de kapper. Ook hier geldt dat wanneer je toch hulpmiddelen en aanpassingen gaat proberen en de kapper komt op locatie langs, dit heel gemakkelijk is. Echter kan een kamer niet alleen worden vrijgegeven om bijvoorbeeld kleding te passen. Dit zou alleen bij uitzondering in een rustige periode een goede oplossing kunnen zijn.

Het concept kan worden toegepast op eigenlijk alle hulpmiddelen (niet: traplift etc.) en op meerdere zorggebieden. Hierbij valt te denken aan gehandicapten en wellicht ernstig zieke kinderen.

Samenwerken (Partners en overheid):

Dit project biedt ruimte voor de overheid om samen te werken met bedrijven om de zorg weer een beetje **beter te maken**. De overheid vindt namelijk dat ieder **recht heeft op goede zorg!** Wanneer een bedrijf meedoet aan dit project, kan de overheid diens naam aan de reclamecampagne verbinden. Ook zouden er stickers/bordjes kunnen worden gemaakt van het logo van de overheid, welke het bedrijf dat meedoet aan de muur/op het glas kan monteren. Dit wijst de consument erop dat het **bedrijf meedoet**, samen met de overheid, aan een project dat de zorg verbeterd en geïnnoveerd. Wanneer men weet dat de overheid het project steunt zal het **vertrouwen** van de consument en verdere bevolking groter zijn.

Aangezien in dit concept vele bedrijven binnen de zorg met elkaar kunnen samenwerken, is dit project **betalbaar en effectief**. Hierbij hoort ook het midden- en kleinbedrijf. Om een kamer compleet in te richten kunnen bijvoorbeeld een bedden- en meubelwinkel, een winkel die aanpassingen/hulpmiddelen verkoopt, een kledingwinkel en een kunstenaarsatelier samenwerken. Optioneel zou bijvoorbeeld ook de kapper die dag langs kunnen komen.

Voorwaarden en valkuilen:

- Bij dit concept moeten de voorwaarden duidelijk worden vastgesteld. Er moet nagedacht worden over het feit dat sommige mensen misbruik zullen willen maken van het project. Een valkuil zou dan ook kunnen zijn dat de regels en voorwaarden niet goed op papier staan.
- Een tweede valkuil zou kunnen zijn dat er wordt vergeten afspraken te maken met een partner betreffende financiën. Echter is dit gemakkelijk te verhelpen door het idee goed uit te werken en na te gaan of u alles heeft geregeld wat u nodig heeft voor een succesvolle start.

Stappenplan voor de branche:**- Idee uitwerken en partners zoeken:**

Het idee moet grondig worden uitgewerkt en men zal de juiste afspraken met de juiste partners moeten maken. Ook moet men eenzelfde visie en missie hebben bij het project. Probeer gebruik te maken van de Unique Selling Points. Bij het kiezen van partners moet u denken aan; Met welke hotel gaat u samenwerken, welke andere bedrijven etc. Vergeet de overheid niet als partner!

- Voorwaarden stellen:

Er moet worden gezorgd dat er geen misbruik (door de consument) kan worden gemaakt. De branche zal hiervoor regels moeten opstellen. Hierbij zou men kunnen denken aan: Voordat men gebruik mag maken van de kamer, moet men een potentieel klant zijn of een contract tekenen onder voorbehoud van de proefdag/nacht.

- Financieel onderbouwen/overleggen:

Ook de financiële kant van het project moet worden toegelicht. Vergeet niet om hiervoor contracten naar de partner te versturen en deze ook weer terug te ontvangen. Plan vergaderingen!

- Goedkeuring:

Wanneer alle eerdere stappen zijn goedgekeurd kan men samen met de partners en het hotel vorm gaan geven aan de kamer.

- Zet een juiste campagne in:

Zorg dat u een juiste campagne inzet om aan de doelgroep duidelijk te maken dat u dit project heeft gelanceerd. Hierbij kan de overheid stimuleren. Door de naam van de overheid toe te voegen aan de campagne zullen mensen meer vertrouwen hebben in het project. Tevens kunnen de overheid en de branche elkaar zo stimuleren en helpen de zorg weer een beetje beter te maken.

- Voor de start: CHECK LIST!

Voordat u echt een start geeft aan het project moet u zorgen dat u een check list afwerkt. Hierdoor weet u zeker dat u alles heeft geregeld en bekeken en niet voor ongewenste verrassingen komt te staan.

- De start:

Het is zover, uw project staat als een huis. Nu moet de consument erop geattendeerd worden dat het project bestaat. Zorg dat u enthousiast en geïnformeerd naar de klant overkomt, maar geef niet te snel de kamer vrij. Check of de mensen potentiële klanten zijn, en of er wat van de gemaakte kosten terug te verdienen valt. Veel succes!

Bonusvraag: Naam voor Innovation Lecture '09:**Wisdom through Opportunities**

Wisdom verkrijgt je door je kansen te gebruiken. Vele (dienst)innovaties zijn kansen. Mensen moet erop worden geattendeerd dat innovatie kansen biedt. Wanneer deze kansen worden benut, is het bedrijf/sector/branche weer een stapje rijker in de toekomst.