

Een briljante innovatie vinden, doe je niet zomaar

29-11-2018 10:29

Een briljante innovatie vinden, dat doe je niet zomaar! Siddi Wouters van de Rabobank vertelt ons hoe je een kansrijke innovatie eenvoudiger kan vinden. Want van de 100 innovaties, slagen er in de praktijk maar ongeveer 4. Je snapt wel dat er dan veel voor te zeggen is om dat percentage te kunnen verhogen. Al was het maar uit



financiële overwegingen!

[Siddi](#) geeft ons een kijkje in zijn keuken. Hoe ga je nu die kansrijke innovatie vinden tussen alle innovaties? Eerst kijk je naar de belangrijkste trend(s). Wat zie je daar als belangrijkste trend? Daarna kijk je naar de sector. Is die al innovatief of kan die juist wat innovaties gebruiken? Dat zijn zeg maar, de eerste filters, de ruwe filter. Daarna ga je nog een keertje filteren. Nu weer iets fijnmaziger. Dit vergt een wat duurder onderzoek.

- Verzamel zo veel mogelijk ideeën. (kwantiteit is hierbij alleen maar meer kwaliteit)
- Wil de klant echt wel dat het idee wordt opgelost? (problem fit)
- Ga iets bouwen en kijk of de klant het echt wil gebruiken (solution fit)
- Wil de klant hiervoor betalen? (market fit)
- Ga kijken welke marketing hier als beste bij past. (welk verdienmodel, welke marktbetreding enz)

Je snapt dat dit alweer een heel traject is, wat meerdere maanden onderzoeken in beslag zal gaan nemen. Nu is het wel zo, dat hoe vaker je dit onderzoek heb gedaan, hoe vaardiger je hierin zult worden. Innoveren is niet eenvoudig, maar het is wel altijd heel spannend en leerzaam. Spannend omdat we bij elke innovatie weer opnieuw hopen, dat de camping echt met een diamant te maken zal krijgen. Spannend omdat het ons altijd naar het onbekende gaat brengen. Spannend omdat het natuurlijk ook gewoon helemaal fout kan gaan. Je loopt bij innovaties altijd een bepaald risico. Maar heb je je wel eens afgevraagd wat het risico is, wanneer je niet meer innoveert? Kijk eens naar de campings die nog steeds zo zijn, als tien jaar geleden? Niets aangepast, niets nieuws toegevoegd. Als ze al niet dood zijn, dan gaan ze dat wel binnenkort! Datzelfde geldt voor elke andere sector, een winkel, een ziekenhuis, een warenhuis dat niet innoveert, zal het niet heel lang meer volhouden. En ja, ook organisaties die innoveren redden het niet altijd. Je weet, je zult moeten blijven innoveren, liefst wel enigszins gecontroleerd en afgewogen. Wees slim en neem een voorbeeld aan de strategie van Siddi Wouters. En wil je weten met welke innovaties wij op de camping nu weer aan de slag zijn, bel of mail me gerust! We zijn volop bezig met spannende dingen! Wees welkom, de polletjes [Watersportcamping Heeg](#).

Karin Veldhuizen