



Behalve dat vanuit de organisatie innovatie-impulsen kunnen worden gegeven, kan dat ook vanuit de klant. Die hoeft daarbij niet aan de zijlijn te blijven staan.

Bij een krappe time-to-market kan het goed zijn om de klant zo snel mogelijk te betrekken bij het testen en de implementatie. Des te sneller kan een markt, inclusief referenties van die klanten, worden bewerkt.

De klant maakt als het ware deel uit van het innovatieteam of het testteam. Voordeel voor de klant is dat de resultaten ook als eerste voor die klant beschikbaar komen.

Uiteraard is de betrokkenheid van klanten niet zaligmakend. Klanten kunnen ook vast zitten in hun eigen overtuiging en visie op zaken. Dan is er een echte doorbraak nodig. Die zal dan ook eerder van iemand binnen de organisatie, de onderwijspartner of zelfs daar buiten komen. Edison had niks te verwachten van klanten die grotere en langer brandende kaarsen wilden.

Betrek de klant
gerust bij innovatie.
Zeker in het geval
van 'beter'!



Houdt het nou nooit op?

Het gaat je voorstellingsvermogen te boven wat er allemaal, telkens weer op de markt komt. Het moet zo langzamerhand wel afgelopen zijn, toch? Een zucht die eerder is gevallen:

“Everything that can be invented has been invented.”

Charles H. Duell, Commissioner, U.S. Office of Patents, 1899





Veranderen is de NORM

Preventief!

Hoe eerder je erbij bent, hoe beter.

Prenovation, ofwel preventieve innovatie, geeft je de tijd om zelf de agenda te zetten in plaats van te reageren op wat er in de omgeving gebeurt.

Doet innovatie al een beroep op 'de zenuwen' van een organisatie, dat geldt nog veel meer voor Prenovation.

Het is een kwestie van mind-setting. Waarbij het belangrijk is de eigen 'natuurlijke' houding te veranderen. Iemand heeft de neiging zich voortdurend af te vragen wat iets voor de eigen positie, of die van een ander, betekent. Want eerlijk is eerlijk, de vraag 'What's in it for me' komt meestal gelijk opzetten: hoe werkt iets voor 'mijn' positie uit.



Innovatie onder druk levert zelden goede resultaten. Wees dat moment voor!

Een logische vraag binnen een organisatie die bezig is met alles te handhaven zoals het is. Die ook geen tijd zal vrijmaken om vernieuwingen door te voeren, of er moet een **noodzaak** ontstaan door een confrontatie met problemen. Reactieve innovatie dus.

Informatie op maat

Een fraai voorbeeld van innovatie op basis van een oud probleem: hoe krijg je informatie op maat? Met de toenemende informatiestromen groeit ook de behoefte om alleen die informatie op je PC scherm te krijgen die je de moeite waard vindt. Je wilt 'in control' blijven. Op basis daarvan is nu het 'oude' concept van het virtuele bureaublad op je PC (met alle informatie op basis van je eigen, zelf samengestelde informatiekenmerken) omgezet in een persoonlijk informatiekanaal. Daarbij kun je jouw informatie op de door jouw ingestelde tijd op jouw PC laten binnenkomen met behulp van MediaMyne, een slimme applicatie. Bijkomende optie is het laten verschijnen op een SideScreen (een aangepast Digital Picture Frame), samen met de door jou geselecteerde eigen foto's of je eigen to-do-lijstje

