

Het vermogen om te innoveren

Alleen door blijvend te ontwikkelen, in te spelen op de veranderende eisen van de onvoorspelbare buitenwereld kan een bedrijf zijn positie in de markt behouden zo niet verstevigen. Stilstand is terugval. Deze beelden maken dat innovatie als strategisch speerpunt wordt genoemd in de middellange termijnplannen die door raden van bestuur worden opgesteld. Wat er vervolgens mee gebeurt, is divers en hangt af van de beelden die er binnen de organisatie bestaan over hoe innovatie dient te worden aangepakt.

Innovatie als losse flodder

Regelmatig hoor ik van heidagen waar het onderwerp Innovatie centraal heeft gestaan. Het MT heeft zich dan, eventueel samen met een aantal medewerkers intensief gericht op het vergroten van het creatieve vermogen van de individuele medewerkers en MT leden. Creatieve ideeën worden op de bekende gele briefjes aan de wand geplakt. Er worden andere creatieve methoden uit de kast gehaald om de deelnemers los te maken van de gebaande paden. Er is veel energie en enthousiasme. Dan gaat men huiswaarts. De follow-up ontbreekt. Eventueel gemaakte afspraken blijken zodra men weer terug is in de waan van de dag alweer vergeten. De dagelijkse werkzaamheden worden hervat.

Innovatie in harmonie

Een belangrijke sleutel voor innovatie is gebruik maken van de diversiteit van een team. Creëer omgevingen waarin tegenpolen elkaar kunnen ontmoeten en laat een proces ontstaan waar uit deze strijd creatieve ideeën ontstaan. Dat betekent dat de gevestigde orde binnen een bedrijf ruimte geeft aan andersdenkenden, non conformisten, ongeleide projectielen, lastpakken die met hun wilde ideeën zeer bedreigend kunnen zijn voor de bestaande verhoudingen. Vaak ontbreekt bij de initiatiefnemers de durf en/of het inzicht dat een team veel profijt kan hebben bij het opnemen van een dwarsligger in de gelederen.

Innovatie stopt niet bij het idee

Zolang het gaat om het genereren van mooie oplossingen zijn er altijd wel mensen in bedrijven te vinden die in staat zijn om creatief te zijn. Het vertalen van een dergelijk idee in concrete doelen en vervolgens het realiseren ervan is een andere kundigheid. Afmaker en creatieveling zijn vaak niet in een persoon gelijk vertegenwoordigd. Dat betekent dat om succesvol te innoveren steeds weer andere personen met specifieke kwaliteiten in de lead zijn. In een machtscultuur zal dit niet gemakkelijk van de grond komen.

Innovatie zonder plan

Planmatig werken is een andere voorwaarde om het gehele proces van idee tot product of service gestructureerd en planmatig aan te pakken. Wanneer ideeën niet omgezet kunnen worden in SMART goals dan is het twijfelachtig of de inzet ooit tot een gewenst resultaat zal leiden en blijft het bij plannenmakerij.

Ik denk dat het belangrijk is dat een organisatie vooruit kijkt en haar wijze van werken, haar structuren en producten steeds opnieuw ter discussie durft te stellen. Dat

zij zoekt naar verbeteringen in de bestaande situatie maar daarbij ook aandacht besteedt aan het experimenteren met meer grensverleggende concepten.

Raden van bestuur en anderen zouden zich, alvorens uit te spreken dat innovatie één van de drie strategische speerpunten zal zijn, moeten verdiepen in de staat van de organisatie en haar mensen. Wellicht dat veel teleurstelling en mislukking kan worden voorkomen wanneer de ambities worden afgestemd met het ontwikkelingsniveau van de organisatie.

<mailto:jeroen@associatescc.com>