

Inhoud

Voorwoord	
Innovatie begint bij jezelf	9
1 De wereld verandert als een dolle	13
2 Wat is jouw innovatie-uitdaging?	25
3 Wat je moet weten over innovatie	43
4 In 6 stappen innovatief in je werk	57
5 Stap 1-Pak het juiste moment	69
6 Stap 2-Kies een stip op de horizon	83
7 Stap 3-Sta open en denk in kansen	95
8 Stap 4-Bedenk nieuwe ideeën	113
9 Stap 5-Experimenteer en leer	129
10 Stap 6-Schaal op en volhard	139
11 Zo krijg je de rest ook mee ...	155
Toolbox: 20 tools om innovatief in je werk te zijn	161
Noten	203
Over de auteur	208

Voorwoord

Innovatie begint bij jezelf

Natuurlijk weet jij ook wel dat niks doen geen keuze meer is. Je kunt wachten tot je 'mot' innoveren. Of er actief mee aan de slag gaan. Wat wil jij? Vooroplopen of in de achterhoede meehobbelen? Zeg het maar.

Alles begint bij jezelf. Innovatie ook dus. Je hoeft geen innovatie-manager te zijn of een productontwikkelaar om innovatief te zijn. Innovatie is geen afdeling, het is een mentaliteit. Innovatie begint met innovatieve mensen. En jij kunt deze mentaliteit ook krijgen. Daarom heb ik dit boek geschreven. Zodat jij je eigen werk kunt innoveren.

Je werkt nooit alleen. Innoveer daarom altijd samen met anderen. Dat leidt tot betere oplossingen en draagvlak. Innoveren is anders dan verbeteren. Verbeteren doe je in kleine stapjes met vrijwel zekere resultaten. Innoveren doe je in sprongen. Je springt vooruit, of naar links of rechts. Dat maakt mensen onzeker. Als je innoveert met een stappenplan zoals in dit boek, dan geeft dat mensen houvast en vergroot je de kans op succes. Daarom is *Innoveer jezelf* voor iedereen.

In dit boek lees je hoe jij in zes stappen jouw werk kunt innoveren. Deze aanpak kun je gebruiken om innovatie goed op gang te krijgen in jouw organisatie, op weg naar een innovatieve organisatiecultuur.

Innoveer jezelf

Er staat je een prachtige innovatiereis te wachten. Ik wens je persoonlijk veel succes!

Hilversum, maart 2017

Gijs van Wulfen

www.gijsvanwulfen.nl

P.S. Als je vragen hebt, of jouw ervaringen met mij wilt delen, bel mij dan op 06-51483575 of stuur een email naar gijs@gijsvanwulfen.com

P.P.S. Ina Boer, Laura Woolthuis, Josien Moerman, Roderik Teunissen en alle medewerkers bij Van Duuren Media: bedankt voor jullie feedback en steun bij het publiceren van dit boek. Het is daardoor zoveel beter geworden ☺.

***'Je wilt
toch
niet zo
eindigen
als V&D?'***

1 De wereld verandert als een dolle

Leeggeplunderd. Zo zag de V&D bij mij om de hoek in Hilversum eruit op de voorlaatste dag dat de vestiging nog open was. Alleen wat afzichtelijke damesjurkjes en oude winkelrekken waren nog over. Het gaf mij een gevoel van weemoed. Na 129 jaar zomaar uit het straatbeeld verdwenen. Wat een contrast met Zara, die in Hilversum in de Hilvertshof tegenover de inmiddels gesloten V&D zit. Zara is in veertig jaar een van de grootste modebedrijven ter wereld geworden, dankzij haar zogenoemde *fast-fashion concept*. Zara zorgt voor betaalbare mode die de laatste trends op de voet volgt. Als je regelmatig een bezoekje brengt aan een van de Zara-winkels, zie je dat de collectie in de rekken iedere paar weken weer helemaal anders is. Jaarlijks ontwerpt Zara zelf maar liefst 40.000 producten. Het bedrijf heeft het einde ingeluid van de klassieke twee modeseizoenen in de moderetail.

Alles verandert sneller dan snel

De snelheid waarmee onze maatschappij verandert, is ongekend. Technologische ontwikkelingen leiden tot innovaties, zoals kunstmatige ledematen die reageren op onze hersens, chauffeurloze auto's, 3D-printing, en veel nieuwe businessmodellen, zoals Airbnb of Uber, aangewakkerd door internet.

Wat feiten op een rijtje:

- Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006) en WhatsApp (2009) zijn niet meer weg te denken. Het merendeel is pas net tien jaar oud.
- Ieder jaar verdubbelt de capaciteit van onze computers.

- Het smartphone-spelletje Pokémon GO werd binnen tien dagen na de lancering door 50 miljoen mensen wereldwijd gebruikt.
- Iedere dag voert Google 3,5 miljard zoekopdrachten uit.
- Jongeren zonder smartphone bestaan (bijna) niet meer.
- 75 procent van het internetverkeer in 2017 is afkomstig van mobiele apparaten.
- Iedere seconde worden er 2,5 miljard e-mails verstuurd.

De digitalisering van de wereld is een aanjager van innovatie. Geen wonder dus dat innovatie een modewoord is. Als je *innovation* intikt op Google, krijg je 450 miljoen hits. En op Amazon.com kun je er 70.000 boeken over bestellen. Ik ben dus echt blij dat jij het mijne hebt gekocht 😊.

Vijftig jaar geleden duurde het tien jaar voordat de kleuren-tv in doorbrak in de huiskamers. En twee generaties later duurde het net zo lang voor HDTV om een succes te worden. In de twintigste eeuw kostte het tien jaar om een nieuw HDTV-platform te bouwen en tien jaar om er een massapubliek voor te vinden. Steve Johnson, auteur van *Where Good Ideas Come From*, noemt dit de 10/10 regel: het kost een nieuwe technologie tien jaar om te ontwikkelen en tien jaar om door te breken.¹ YouTube is gestart in 2005, toen Chad Hurley, Steve Chen en Jawed Karim (allemaal oud-medewerkers van PayPal) besloten om de rol van video op het internet te vergroten. Met minder dan \$10 miljoen aan durfkapitaal en 25 mensen slaagde YouTube erin om binnen zestien maanden meer dan 30 miljoen video's per dag te streamen.

YouTube brak de 10/10 regel uit de twintigste eeuw en maakt er de 1/1 regel van in deze eeuw: in plaats van tien jaar slechts één jaar om te ontwikkelen en één jaar om door te breken naar het grote publiek.² Als gevolg van deze versnelling zijn marktleiders er steeds minder zeker van dat ze hun dominante posities lang kunnen vasthouden. Wist je bijvoorbeeld dat bijna 40 procent van de bedrijven van de

Amerikaanse *Fortune* 500-lijst uit 1999 tien jaar later niet meer bestond?³ Vroeger aten grote vissen kleine vissen. Nu eten snelle vissen langzame vissen. Hoe groot ze ook zijn.

Je ziet het zelf voor je ogen gebeuren in onze winkelstraten. De ene na de andere winkel valt om: kledingzaken zoals Mexx en Miss Etam; schoenenzaken zoals Schoenenreus; elektronikawinkels zoals Dixons; sportzaken zoals Perrysport - en natuurlijk V&D. Allemaal failliet. Sommige maken in afgeslankte vorm nog een doorstart, maar andere (zoals V&D) zijn definitief uit het straatbeeld verdwenen.⁴

Beroepen die verdwijnen en verschijnen

Niet alleen bedrijven verdwijnen, hetzelfde geldt voor beroepen. Door digitalisering en nieuwe technologie nemen computers steeds ingewikkeldere taken over. En dat bedreigt bestaande beroepen. Het is maar de vraag of jouw werk in de huidige vorm over tien jaar nog bestaat. Staat jouw baan in het onderstaande rijtje van twintig beroepen?

Bestaat jouw beroep over tien jaar nog?

Advertentieverkoper?

Zowel ondernemers als consumenten plaatsen zelf advertenties op digitale platforms. Daar is geen bemiddeling meer voor nodig.

Bankmedewerker?

De bank wordt bijna volledig digitaal.

Belastingconsulent?

Software geeft tips en neemt jouw aangifte compleet over, nadat je zelf de gegevens digitaal hebt ingevoerd.

Beurshandelaar?

Nu al gebeurt bijna alles digitaal. Koppel er ook nog 'big data' aan vast en je bent klaar.

Bibliothecaris?

Alle archieven worden digitaal ontsloten en via zoekmachines kun je zelf vinden wat je zoekt.

Buschauffeur?

Zelfrijdende bussen, volgens geprogrammeerde routes of op digitaal verzoek van de klant, nemen het over.

Caissière?

Steeds meer winkels werken met zelfscanning, waarbij je zelf je boodschappen kunt afrekenen. Dat verschijnsel neemt alleen maar toe, en dat terwijl er steeds minder winkels overblijven.

Parkeerwacht?

Betaald parkeren wordt gedigitaliseerd. En binnenkort de parkeerwachter ook.

Postbode?

Het aantal brieven neemt sterk af. Dankzij internet doet pakketpost het goed, maar Amazon doet al proeven met bezorg-drones.

Journalist?

Door de social media is iedereen nieuwsmaker. En standaardstukjes worden door software geschreven. Dag krant.

Makelaar?

Huizen worden digitaal verhandeld op marktplaatsen, net zoals meubels.

Noordzevisser?

De nationale vissersvloot telde in 1950 nog 457 vaartuigen en begin 2012 nog 86. De Noordzevisser raakt niet meer uit de kosten.

Middenstander op de hoek?

Bakkers, slagers en groentemannen worden bedreigd door supermarkten en onlinebezorgdiensten. Dat wordt nog sterker als jouw koelkast zelf via het internet automatisch gaat bestellen.

Prostituee?

De seksrobot met zogenaamde 'volledig functionerende genitaliën' komt eraan. Zal het oudste beroep van de wereld uitsterven?

Productiemedewerker?

Door automatisering verdwijnen steeds meer productiebanen waarbij nog menselijke handen nodig zijn.

Reisagent?

Reizen worden volledig digitaal geboekt.

Taxichauffeur?

Een zelfrijdende taxi heeft geen chauffeur meer nodig, toch?

Telemarketeer?

Dankzij de mobiele telefoon is het moeilijker om aan de juiste telefoonnummers te komen, wat nog wordt versterkt door het 'Bel me niet'-register. Bovendien verwachten mensen benaderd te worden via apps en social media zoals WhatsApp of Facebook.

Vertaler?

Google, Apple, Microsoft en specialistische vertaalsoftware-ontwikkelaars maken straks perfecte vertaalmachines, waardoor een andere taal leren zelfs overbodig wordt.

Tuinman?

Grasmaairobots zie je steeds meer. Ze kosten nu al minder dan €1000. De klusjes in de tuin worden gerobotiseerd.

Nieuwe beroepen

Nieuwe media, technologie en digitalisering creëren ook volop nieuwe mogelijkheden. De afgelopen jaren zijn al heel wat nieuwe beroepen ontstaan, zoals socialmedia-expert, Google-analist, internetbeveiligingsexpert, crowdfunding-specialist, vlogger, drone-piloot en bigdata-analist. De komende jaren komen daar nog veel meer bij, zoals⁵:

1. *City farmer*: een boer die zijn groente en fruit verbouwt binnen de stadsgrenzen, in parken, maar ook in flats, kantoorgebouwen of op de vele platte daken.
2. *Identiteitsauditor*: iemand die vaststelt of jouw online identiteit ook echt is, en wat jouw online reputatie is.
3. *City miner*: haalt waardevolle materialen, met name metalen, uit afgedankte elektronica; hij recyclet.
4. *DNA-adviseur*: adviseert mensen over de uitkomsten van hun DNA-onderzoek om gezondheidsrisico's in kaart te brengen en geeft tips over veranderingen in voeding en levensstijl.
5. *3D-designer*: ontwerpt driedimensionale objecten in eigen beheer of voor derden, die met 3D-printers geproduceerd kunnen worden. Denk aan een specifieke bril, een uniek paar schoenen of een douche met bepaalde afmetingen.

Tijd voor reflectie. Graag vraag ik je na te denken over jouw eigen werk in de toekomst.

Oefening 1.1: Wat zijn de belangrijkste vijf technologische ontwikkelingen in mijn werk de komende vijf jaar?

1.
2.

3.

4.

5.

12 persoonlijke redenen om te innoveren

Nieuwe technologische ontwikkelingen, nieuwe businessmodellen en nieuwe klantbehoeften bieden volop kansen om te innoveren, voor jouw organisatie en voor jezelf. Als jij het niet doet en afwacht, dan doet een ander het wel en ontstaat de noodzaak voor verandering vanzelf wat later. Door te innoveren ontwikkel je jezelf, je werk en je organisatie. Ik kan zo twaalf goede redenen bedenken om zelf te innoveren, en waarschijnlijk zijn er nog wel meer:

Voor jezelf:

1. Je verlegt je eigen grenzen.
2. Je ontwikkelt je vaardigheden.

Voor jouw werk:

3. Je creëert je eigen werk voor de toekomst.
4. Je wordt zichtbaar in je organisatie.
5. Het contact met anderen binnen je organisatie intensiveert.
6. Je bereikt samen ambitieuze doelen.
7. Je creëert een open werksfeer met elkaar.

Voor jouw organisatie:

8. Je verrast klanten met extra meerwaarde.
9. Je haalt omzet en winst uit nieuwe producten, diensten, processen en businessmodellen.
10. Je verovert nieuwe klantgroepen en marktsegmenten.
11. Je speelt om te winnen en niet om 'niet te verliezen'.

12. Je creëert een innovatieve organisatiecultuur.

Tijd voor reflectie. Graag vraag ik je na te denken welke redenen jou persoonlijk het meest motiveren.

Oefening 1.2: Welke drie redenen om te innoveren motiveren jou persoonlijk het meest?

1.
2.
3.

De 9 innovatieprincipes van Google

Vraag aan iemand: 'Wat vind je het meest innovatieve bedrijf van de wereld?' en ik wil erom wedden dat Google als een van de eerste wordt genoemd. Google is al jaren een van de meest innovatieve bedrijven ter wereld. Hoe slaagt Google erin zo innovatief te zijn?

Innovatie is wat Google-medewerkers inspireert en waaraan zij dagelijks bijdragen. Elke week spreken de oprichters online met het personeel tijdens de TGIF-meeting (*Thank God It's Friday*). Dagelijks komen de medewerkers in aanraking met de nieuwste technologische ontwikkelingen. Het creëert een speciale 'Google-sfeer'; het maakt dat een missie meer is dan een mooie spreuk op een tegeltje en ook echt wordt doorleefd. Graag deel ik de negen principes voor innovatie van Google⁶ met je:

1. Ideeën komen overal vandaan en van iedereen.
2. Focus op de gebruiker. Maak je geen zorgen over het business-

model. Als je de gebruiker als vertrekpunt neemt volgt de rest vanzelf.

3. Mik op tien keer beter. Als je sprongsgewijs wilt innoveren, dus niet in kleine stapjes, mik er dan op om tien keer beter te zijn. Dit dwingt je vanzelf om *outside-the-box* te denken. Zo werkt Google aan een Google Books-project om alle gedrukte historische boeken te digitaliseren. Van de 130 miljoen boeken die als eerste zijn geselecteerd, zijn inmiddels 30 miljoen boeken gescand en beschikbaar.
4. Zet in op technische inzichten. Elke organisatie heeft unieke technische inzichten. Als je daar 100% op inzet, leiden die tot belangrijke innovaties. Zo waren het ingenieurs van Google, niet van de auto-industrie, die met het idee van de zelfrijdende auto kwamen, omdat menselijke fouten tot miljoenen verkeersdoden leiden.
5. Iedereen binnen een team moet de visie van de leider begrijpen. Alleen wanneer je deze visie begrijpt, zie je in wat de waarde van jouw eigen werk is.
6. Durf ideeën en producten op de plank te leggen als ze niet direct bruikbaar zijn of niet het gewenste resultaat opleveren. Wellicht kunnen deze in de toekomst hergebruikt worden. *Don't kill ideas!*
7. Breng een product zo snel mogelijk op de markt. Hoe eerder je feedback van je gebruikers krijgt, hoe eerder je weet of je op de goede weg zit of juist nog een (te) lange weg te gaan hebt.
8. Data, data, data... Passie voor een nieuw product hebben is niet genoeg. Probeer elk proces te kwantificeren, zodat resultaten meetbaar zijn.
9. Geef de werknemer de ruimte om aan zijn eigen initiatieven te werken. Google hanteert de zogeheten 20%-regel: een werknemer mag 20% van zijn werktijd aan een eigen project besteden.

Natuurlijk krijg je meteen ideeën hoe je deze principes van Google persoonlijk kunt toepassen om innovatiever te worden in jouw werk. Ik geef alvast vijf schoten voor de boeg:

- Denk groots.
- Denk vanuit de klant.
- Maak gebruik van nieuwe technologie.
- Volg je eigen passie.
- Wees snel.

De wereld verandert als een drolle. Daar kun je weinig aan veranderen, maar je kunt er wel op inspelen-of niet. Dat komt nu aan bod in hoofdstuk 2, 'Wat is jouw innovatie-uitdaging?'.