

De zoektocht naar de beste innovatoren

Elk bedrijf zoekt ze: de medewerkers met goede ideeën voor innovatie. Met hen aan boord is de kans groter dat je als bedrijf sneller en beter innoveert dan anderen. Maar, hoe vind je die innovators juist?

Er bestaat voornamelijk nog zeer weinig wetenschappelijk onderzoek over waarom sommige bedrijven iets verder geraken met de innovatietrein. Het Kortrijkse INNDUCE.me ontwikkelde daarom een test om de witte raven tussen je mensen te vinden. Een van hun aandeelhouders is de innovatieconsultant Creax. “Toen we aan prof. Dr. Frederik Anseel van de UGent de vraag stelden waarom iemand nu innovatiever is dan een ander, bleek dat er niet veel wetenschappelijke publicaties over bestaan”, zegt managing director Peter Daels. “Na hun wetenschappelijk onderzoek ontwikkelde hij samen met zijn team een test om de innovatievaardigheden bij mensen in kaart te brengen. De test is niet gestoeld op zelfevaluatie. Het is wel een situationele beoordelingstest met vijftien realistische innovatiecases. Op het einde kunnen we op een objectieve en wetenschappelijk onderbouwde manier het innovatieprofiel van de kandidaat bepalen en weten we hoe die persoon een probleem kan omlijnen en aanpakken.”

De test drukt uit hoe iemand redeneert, beslist en handelt binnen een context van innovatie, zegt Daels. Hoe creatief, nieuwsgierig en open minded is de

Innovatie is gebaseerd op drie basisvaardigheden, legt Daels uit. Heel af en toe komen die bij eenzelfde persoon voor maar meestal zijn er verschillende mensen voor nodig. Net daarom

innoveert kan succesvol overleven. Je hebt als bedrijf regelmatig nood aan nieuwe producten en bedrijfsmodellen, anders word je voorbijgestoken door de concurrentie. Bovendien moet je zorgen dat innovatie uit het lab geraakt. Neem Kodak. Iedereen meent, onterecht, dat zij de trein van de digitale fotografie gemist hebben. Zij waren het eerste bedrijf dat digitale fotografie ontwikkelde en hebben miljarden dollars in digitale fotografie geïnvesteerd. Maar uiteindelijk beslisten ze er niets mee te doen, met als gevolg dat ze van de markt werden geblazen door digitale fotografie. Bovendien verloopt alles almaar sneller. Vroeger kon je een jaar of vijf op een nieuwe innovatie teren. Tegenwoordig mag je al blij zijn als dat twee jaar is. Als bedrijven erin slagen om samen met hun mensen snel en efficiënt te innoveren, creëren ze voor zichzelf eigenlijk een unfair advantage. Onze test is een perfecte tool om hen daarbij te helpen.”

“ Het zijn mensen die innoveren en niet bedrijven.

kandidaat? Zo'n test was nodig omdat bedrijven vaak niet zo goed zijn in het opsporen van innovatieve personeelsleden. “Innovatoren weten zich soms goed te verstoppen, maar bedrijven zijn ook niet gemaakt voor innovatie. Ze draaien vooral op operationele excellentie: de dagdagelijkse processen zo goed en zo efficiënt mogelijk laten verlopen. Innovatie staat daar vaak wat haaks op: het is complex, risicovol en vooral traag. Wij kunnen innovatie helpen versnellen door sterke en complementaire profielen van start tot finish van een project te laten samenwerken in een innovatieteam.”

is innovatie teamwork en kun je het ook trainen. “Het eerste kenmerk is ‘ideation’: iemand kan een probleem erkennen en een oplossing zoeken. Het tweede is ‘championing’: het nieuwe idee moet binnen het bedrijf gepromoot worden, draagvlak krijgen. De derde vaardigheid is ‘implementation’: hoe kunnen we ons nieuwe idee snel in de praktijk omzetten? Als je die drie combineert en van start tot finish op een project laat samenwerken, is het bingo.”

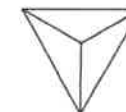
Hoewel innovatie een lastig en tegendraads proces is, blijft het absoluut noodzakelijk voor het overleven van ondernemingen op lange termijn, argumenteert Daels. “Alleen wie

Peter Daels
Managing Director



Meer over.

INNDUCE.me ontstond in de schoot van innovatieconsultant Creax en de Universiteit van Gent en werd opgericht door Mathieu Mottrie en Jef Vandenberghe. Het bedrijf ontwikkelt tests om innovatietalent binnen bedrijven op te sporen. Onder meer Deme, Selor, Accento en Vivisol maken er gebruik van. Naast het opsporen, wil INNDUCE.me innovatief talent ook ontwikkelen, door middel van trainingen via gamification. Het einddoel: bedrijven een ‘unfair advantage’ geven tegenover hun concurrenten.



INNDUCE.me
People for innovation