

Columns

Regelmatig publiceren wij columns. Peter Reijers met name in Cobouw, het dagblad voor de bouw. Anneleen Kaptein in www.verkopersonline.nl

Hieronder treft u recente columns aan.:

Nieuw, verrassend en toch eeuwenoud - innovatie met passie

Met jonge kinderen naar de opera. Klinkt niet heel voor de hand liggend, toch? Opera is een kunstvorm die letterlijk al eeuwenoud is, en omgeven door talrijke vooroordelen (altijd droevig, drama, hoge onverstanebare uithalen, etc). Waarom dan toch met kinderen naar de opera? Omdat ik in ieder geval heel nieuwsgierig was. Dat is 'anders', verrassend en wellicht heel erg leuk, dacht ik bij het lezen van de aankondiging.

Welke ondernemer gaat nou kinderopera ontwikkelen? Kunt u zich afvragen. Waar zit hem nou de business case in? Er zijn culturele organisaties in Nederland die dit eeuwenoude product opera zeer succesvol hebben opgepakt, aangepast en afgestemd op een nieuwe doelgroep. Daaruit komt dan een nieuw, maar zeer herkenbaar product, dat buitengewoon succesvol is bij de doelgroep.

Creativiteit, out-of-the-box denken en innovatie, dat is waar veel mensen de mond vol van hebben bij het overleven als ondernemer in crisistijd. Daar zijn lang niet altijd volstrekt nieuwe markten en producten voor nodig, leer ik van de kinderopera. Kijk eens goed om u heen wat u al ontwikkeld heeft, of kijk met een frisse blik naar wat al jaren (of zelfs eeuwen) bestaat. En kijk vooral goed naar uw klanten en doelgroepen. In hoeverre wordt hun behoefte nu al totaal ingevuld of vervuld?

Denk daarbij na over hernieuwde afstemming op uw bestaande doelgroep. Vervult het product een behoefte? Is het verrassend, nieuw en toch herkenbaar en daardoor comfortabel? Prikkel het denken van uw klant? Voegt het waarde toe voor uw klant? Geeft u de klant de kans enthousiast deel te nemen aan het proces (zoals de operakaracters de participatie van het kinderpúblic bewust stimuleren en faciliteren, waardoor het succes nog groter wordt)? Is het onderscheidend en kunnen klanten zich ermee identificeren?

Deze vragen zijn veel relevanter dan de vraag: 'heb ik nu het wiel wel opnieuw uitgevonden?' Als uw antwoord volmondig 'ja' is op bovenstaande vragen, laat u dan niet dwarsbomen door uw eigen beperkende overtuigingen ('opera voor kinderen, kom nou, de meeste volwassenen hebben er al niks mee'). Test uw idee, vraag potentiële klanten en doelgroepen naar hun mening over uw idee. Ga er met volle passie mee de boer op na een succesvolle pilot. Doet u het niet, dan doen wellicht uw concurrenten het wel.

Anneleen Kaptein - gepubliceerd in www.verkopersonline.nl in september 2010