

Anders kijken



Klanten zijn net mensen.
Ze willen beter, sneller, mooier
en goedkoper

Boomkwekers zullen moeten innoveren om weer geld te gaan verdienen. Een aardige vraag is dan: wat is innoveren? Het belangrijkste antwoord is waarschijnlijk: innoveren is op een andere manier naar je klanten kijken. Wat willen klanten? Klanten zijn net mensen. Ze willen beter, sneller, mooier en goedkoper. Net als u en ik dat willen op het moment dat wij iets kopen. Alleen naar je klant kijken en luisteren is natuurlijk niet genoeg. Dat zou te makkelijk zijn en doet uw buurman waarschijnlijk ook. De kunst is zo naar de klant te kijken dat je als kweker beter weet wat hij of zij wil. Anders kijken, dus. Alleen door anders naar de klant te kijken kom je tot innovaties die ertoe doen.

Om te innoveren, moet je soms even niet praktisch zijn en daar is in een klein bedrijf niet altijd tijd voor

Het jammer is dat de overheid in onze markt grotendeels afwezig is als aanjager van innovatie. Het zou zo mooi zijn als de overheid slimme ondernemers beloont. Bijvoorbeeld bij innovaties in het assortiment. Ons klimaat verandert, wordt natter en tegelijk ook droger. Het lijkt logisch dat we daardoor in onze steden een ander assortiment nodig hebben. Overheden zouden daar best wat extra aandacht voor mogen hebben. Dat is immers ook in hun belang: zonder innoverende bedrijven geen innoverende overheden.

Boomkwekers zijn overigens waarschijnlijk niet de beste innovators. Ze zijn vaak vooral praktisch ingesteld en om te innoveren moet je soms even niet praktisch zijn; daar is in een klein bedrijf niet altijd tijd voor. Als je 365 dagen per jaar *full pull* met je bedrijf bezig bent – en dat zal voor veel kwekers gelden

De 'ellende' begint daarna pas, als je het lef toont om dat hopelijk gouden idee in je bedrijf uit te voeren

– ontbreekt wel eens de tijd en de ruimte in je hoofd om diep na te denken over het bedrijf. Ieder mens heeft twee denksystemen: het ene systeem is voor de snelle, soms bijna instinctieve beslissingen van iedere dag; het tweede is wat trager en kost veel meer energie en logisch denkvermogen. Om te innoveren, heb je vooral dit tweede denkraam nodig, maar in een druk bedrijf, waar het eigenlijk altijd hollen is zonder stilstaan, is daar niet altijd ruimte voor. Verder is innoveren vooral keihard werken en risico's lopen. Innoveren is veel meer dan dat ene gouden idee. Feitelijk is dat zelfs helemaal niet zo interessant. De 'ellende' begint daarna pas, als je het lef toont om dat hopelijk gouden idee in je bedrijf uit te voeren.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)
Hoofdredacteur



Be social

Scan of ga naar:

<http://www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-5975>