

BOEKRECENSIE



KLANT IN DE DRIVER'S SEAT
Klantgedreven innoveren met cocreatie, crowdsourcing en communities

Sjors van Leeuwen
Van Duuren Management, 2012

Innovaties duren doorgaans te lang, kosten veel geld, en veel nieuwe producten mislukken doordat ze niet aansluiten op de behoeften van de klant. Tegelijkertijd komt een steeds groter omzet- en winstaandeel uit nieuwe producten en daarmee is innovatie op termijn een bestaansvoorwaarde.

Klantgedreven innovatie, stelt Van Leeuwen, begint bij klantinzichten en de vertaling hiervan in concrete klantvoordelen. In dit boek laat hij met theoretische inzichten en praktijkvoorbeelden zien hoe de slagingskans van nieuwe producten en ideeën kan worden vergroot door de klant centraal te stellen in het innovatieproces en inzicht te krijgen in

zijn wensen, behoeften en verwachtingen. Niet alleen neemt hierdoor de merkbetrokkenheid van de klant toe en de time-to-market af, ook wordt de kans groter dat een innovatie daadwerkelijk toegevoegde waarde biedt.

Van Leeuwen schetst consumententrends, brengt vele soorten innovatie in kaart, formuleert voorwaarden waaraan de organisatie moet voldoen voordat met innovatie kan worden begonnen en benoemt bouwstenen van innovatie. Hij licht belangrijke kenmerken van de verschillende fasen in het innovatieproces toe en laat zien hoe consumenten hierin optimaal kunnen worden betrokken. Een veel gemaakte fout hierbij is om klanten niet alleen wensen te laten formuleren maar hen ook te laten oordelen over oplossingen.

Van Leeuwen reikt zo praktische handvatten aan waarmee elk bedrijf zijn eigen innovatieproces op maat kan inrichten en kan beheersen. (JK)