

Rabobank Vallei en Rijn: innovatie als lichtpunt

Meer kansen door samen te vernieuwen

Deze tijd van het jaar nodigt uit voor bezinning. In alle dynamiek en hectiek is het goed een moment van rust vinden om terug en vooruit te kijken. Kenmerkend voor deze periode zijn onder andere de talloze jaaroverzichten op tv. Naast deze blik op het verleden is het natuurlijk de vraag wat 2014 te bieden heeft. “Ondernemers hebben meer kansen door samen te vernieuwen”, zeggen Barry van de Lagemaat en Ben Smeenk van Rabobank Vallei en Rijn. Maar hoe kom je tot vernieuwing? Wat is de meerwaarde van vernieuwing via samenwerking? Vallei Business sprak met deze beide directieleden van de lokale Rabobank over innovatie als lichtpunt.

Nieuwe wereld

We zijn op de kop van industrieterrein Frankeneng in Ede, waar we te gast zijn in de duurzaam gebouwde hoofdvestiging van Rabobank Vallei en Rijn. We treffen daar Ben Smeenk, directeur Bedrijven en Barry van de Lagemaat, directievoorzitter. Van de Lagemaat: “Het achterliggende jaar heeft laten zien dat de wereld razendsnel verandert. Kijk maar naar het koopgedrag van klanten. Steeds meer aankopen vinden online via webshops plaats. Consumenten stellen daarbij andere eisen. Dat vraagt om voortdurende aanpassingen van ons als bank, maar ook van u als ondernemer. We zien dat ondernemers die innoveren en inspelen op deze ‘nieuwe wereld’ vaak succesvol zijn. Zij veranderen hun businessmodel, passen hun producten aan of gebruiken nieuwe technologieën. Daarmee verbeteren ze bijvoorbeeld hun productieprocessen of de toegang tot de markt. Ook wij als bank hebben dit jaar vol ingezet op het virtualiseren van onze dienstverlening. We zien

dat steeds meer klanten gebruikmaken van bankieren via je smartphone of tablet. Ook ondernemers ontdekken dat je op deze manier altijd de bank bij je hebt.”

Wat is innovatie?

Innovatie betekent volgens beide heren niet altijd dat je iets nieuws moet uitvinden. Of veel geld voor onderzoek moet reserveren. Smeenk: “Het kan ook gaan om het slim benutten van bestaande of nieuwe toegepaste technologie. Daarnaast kunt u denken aan bestaande of nieuwe vormen van vermarkten. Er is één belangrijk criterium voor innovatie: ze moeten voldoen aan een klantbehoefte en daarmee toegevoegde waarde bieden. Samenwerken vormt hét sleutelwoord bij innovatie. Door samenwerking ontstaan nieuwe inzichten én versterkt of versnelt het innovatieproces. In de vorig jaar gepubliceerde MKB-visie 2012-2015 ‘De wereld verandert voor altijd’ benoemden we ook al de trend ‘Do it together’. Die trend geldt nog steeds. Samenwerking

biedt de kans om afnemers klinkende keuzes te bieden. Het zorgt ervoor dat u als ondernemer geen allrounder wordt die alles een beetje kan. U kunt uw specialisme behouden en de krachten bundelen op andere gebieden, zoals inkoop, ontwikkeling en verkoop van producten of diensten. Dit soort bundelingen zijn ook steeds belangrijker om succes te hebben en te houden.”

Inzicht: open innovatie, want twee kunnen meer dan één

In het verleden hielden bedrijven hun innovatie het liefst geheim. Ze sleutelden er lang aan in R&D-laboratoria, bang dat een andere partij het succes zou kopiëren. Daardoor duurde het lang voordat een nieuw product naar de markt kon worden gebracht. Smeenk: “Dit model lijkt in de huidige veranderende wereld niet langer houdbaar. Tegenwoordig wordt informatie veel sneller verspreid en groeit het idee dat alles gedeeld kan en moet worden. Informatie kan zo makkelijk worden overgedragen, dat het onmogelijk lijkt om die overdracht tegen te houden. Dus kunt u met deze ontwikkeling beter uw voordeel doen. De angst dat anderen met uw ideeën aan de haal gaan, is een slecht kompas.”

Maar wat maakt innovatie door samenwerken nou anders of beter dan de traditionele ‘gesloten’ innovatieprocessen? “Simpel”, vervolgt Smeenk. “Het feit dat twee meer weten dan één. Alleen al door u te laten inspireren en met een ander perspectief naar de markt te kijken, kunt u op goede nieuwe ideeën komen. ▲



Ben Smeenk (links) en Barry van de Lagemaat van Rabobank Vallei en Rijn.

1. Snel kansen benutten: samen met andere branches

De meest voorkomende manier van vernieuwing door samenwerking is een formeel of informeel partnership met experts of partijen uit andere branches. Een voorbeeld is de 'Sameday delivery service' van Primera en Quantore. In binnensteden worden snel kleine kantoorbenodigdheden afgeleverd bij de MKB-klant alsof het pizza's zijn. Het distributiekanaal draait 24/7.

2. Succes verzekerd: samen met klanten

Een andere wijze van samenwerken is die met klanten. Ook wel co-creatie genoemd. Van de Lagemaat: "Uitgangspunt is dat de klant betrokken wordt bij het innovatieproces, of een deel van het proces. Vaak gaat het om het genereren van ideeën of het beoordelen of toetsen van een concept. Kijk maar naar Lego Factory, waar Legofans nieuwe ontwerpen indienen. Een ander voorbeeld is KLM Bluelab. Dit

is een online platform waarop MKB-klanten reageren op probleemstellingen van de vliegtuigmaatschappij. Ook voor de B2B-markt is co-creatie een goed toepasbaar middel." Toch zit er volgens Van de Lagemaat aan deze samenwerkingsvorm wel een kanttekening: "Consumenten kunnen zich niet altijd goed verplaatsen in iets wat nog niet bestaat of alleen aan een latente behoefte voldoet. U moet daarom als ondernemer ook uw eigen intuïtie durven volgen."

3. Doorbreken van marktconventies: samenwerken met ketenpartners

"We zien daarnaast dat al een langere tijd samenwerking in de keten plaatsvindt. In verschillende sectoren worden ketens ook steeds korter. Samenwerken met ketenpartners biedt veel voordelen", zegt Smeenk. "Het kan leiden tot totaaloplossingen voor de eindklant. En het levert vaak een kostenbesparing op. Daarnaast kan deze samenwerkingsvorm marktcon-

venties doorbreken en zorgen voor nieuwe markten". Van de Lagemaat heeft een treffend voorbeeld van dichtbij: "Neem het concept van LaVita Lifestyleclub in Veenendaal. Dat lijkt misschien een grote sportschool, maar er gebeurt veel meer onder een dak. Bezoekers kunnen niet alleen gebruikmaken van fitness- of zwembadfaciliteiten, maar er is onder andere ook een mensendieck, een voedingsdeskundige of fysiotherapeut in het gebouw beschikbaar. Zij hebben voor de eindklant de samenwerking gezocht om een totaaloplossing te bieden en om er uiteindelijk ook succesvol mee te zijn. Ook de Rabobank biedt in dit totaalconcept een innovatieve betaaloplossing: bezoekers kunnen snel en gemakkelijk afrekenen met hun mobiel door middel van cashless betalen, waardoor je geen pasje of kleingeld meer op zak nodig hebt. Voor de ondernemer geeft cashless betalen meer inzicht in de geldstromen en ook de veiligheid van het personeel én bezoekers neemt toe door de sterke afname van contant geld."



Ben Smeenk,
directeur Bedrijven



Barry van de Lagemaat,
directievoorzitter



Samenwerken stelt u als ondernemer ook in staat om bijvoorbeeld innovaties sneller naar de markt te brengen, nieuwe markten te bereiken of kosten en capaciteit te delen. In het groot is het voorbeeld van Philips en Douwe Egberts bekend die samen de Senseo ontwikkelden. Maar ook in het klein, zijn prachtige voorbeelden beschikbaar.” Bekijk daarvoor het filmpje via de QR-code of ga naar www.rabobank.nl/kennis.

Onder de loep: samenwerken in 3 verschillende vormen

Is innovaties door samenwerking alleen weggelegd voor grote ondernemingen? “Nee, zeker niet”, zegt Van de Lagemaat. “Juist voor het MKB, waar de complexiteit van de organisatie kleiner is, biedt deze vorm van vernieuwing volop kansen. Als ondernemer kunt u samenwerken met bedrijven uit andere branches, maar ook met leveranciers, klanten of zelfs concu-

renten. Dit past binnen de trend dat onze economie zich steeds meer ontwikkelt tot een interactie-economie. Daarin leveren netwerken van bedrijven diverse producten en diensten. Samenwerking is er in vele vormen: tijdelijk of permanent, formeel of informeel, gesloten of open. U kunt samenwerken om ideeën op te doen, om uw processen kritisch tegen het licht te houden of om uw product of dienst goed te vermarkten.” Zie de uitleg over de samenwerkingsvormen in het kader op pagina 7.

Rabo Kennis App: alles wat u wilt weten

Kansen liggen voor het oprapen. Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Het dagelijks werk heeft vaak zoveel prioriteit, dat de tijd en capaciteit ontbreekt voor een frisse blik. Smeenk: “Daar helpen we u graag bij. En zijn we een verbindende schakel. Download bijvoorbeeld onze Rabo Kennis App in een van de app-

stores. Deze relevante branche-informatie is vrij toegankelijk. U vindt uitgebreide informatie over kansen en bedreigingen, perspectieven, trends, markt- en achtergrondinformatie in uw sector. En met behulp van een benchmark kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met uw branchegenoten.” Van de Lagemaat sluit daarop aan: “Onlangs hebben we ‘Samen vernieuwen’ op de agenda geplaatst van een businessclub en hierover een presentatie gegeven aan zo’n 90 ondernemers. Dat leverde onderling interessante gesprekken op. Ook na afloop. Daarom is mijn oproep ook: bespreek innovatie eens met uw leveranciers en afnemers. Of organiseer een open innovatiebijeenkomst met een aantal klanten. Blijf elkaar opzoeken en inspireer elkaar. Vernieuw zo samen, dan sta je samen sterker. Ook in 2014.” ■

Rabobank Vallei en Rijn
(0318) 660664
www.rabobank.nl/vr

