

# HOE INNOVATIEF IS UW FINANCE DEPARTEMENT?

*In de jaren 2000 was innovatie een modewoord. Vandaag zijn IoT, artificiële intelligentie, blockchain, circulaire economie de nieuwe buzzwoorden. En toch, tussen al die hype thema's kan het toch verfrissend zijn nog eens het innovatieonderwerp uit te diepen.*

WOUTER VANDAMME THINGIT



## LEES DIT ARTIKEL INDIEN U WILT WETEN:

- Wat de 4 soorten innovatie zijn
- Wat ze voor uw organisatie kunnen betekenen

#Innovatie

Door de globalisatie is kennis veel sneller voorhanden. Bedrijven kunnen daardoor veel sneller vernieuwen. Het is daarom steeds meer uitdagend om de concurrentie voor te blijven door te blijven innoveren. In dit artikel bespreken we vier types innovatie.

### PRODUCT EN DIENSTEN INNOVATIE

Dit is waarschijnlijk de best gekende en aanvaarde vorm van innovatie. Dat komt simpelweg omdat elke mens daar dagelijks mee geconfronteerd wordt. Denk maar aan Apple die elk jaar zijn volgende versie van zijn mobieltje uitbrengt, met nieuwe features, de een al wat disruptiever dan de andere. Product of diensten innovatie heeft meestal de bedoeling om een positie in een gekend marktsegment te behouden of zelfs te versterken. Wie zijn producten of diensten niet vernieuwt zal marktaandeel verliezen ten aanzien van zijn concurrenten. Omdat product of diensten innovatie zo gemakkelijk herkend en erkend wordt, is het doorgaans ook goed structureel ingebed in een organisatie. Goed gestructureerde bedrijven zijn zeer aanwezig in hun markt, luisteren naar de noden van hun klanten, en vertalen dat in een product roadmap voor de toekomst.

### OPERATIONELE INNOVATIE

Heel veel vernieuwingen kunnen hieronder geclassificeerd worden. Automatisering van productieprocessen, het anders organiseren van de supply chain, het digitaliseren van de datastromen binnen het bedrijf. Dergelijke innovaties zijn zeker belangrijk in bedrijven die een operational excellence strategie nastreven, omdat de innovaties er vaak in slagen de kosten van de bedrijfsvoering te verlagen. Heel vaak worden deze innovaties voorgesteld en doorgevoerd binnen de scope van één unit van een bedrijf, wanneer daar het budget wordt voor vrijgemaakt, maar soms hebben ze impact op de volledige bedrijfsvoering.

### MARKT INNOVATIE

Hier gaat het om het veroveren van de markt. In het bijzonder verdient het vinden van totaal nieuwe markten hier een bijzonder plaatsje. Dit soort innovatie is zeer gekend bij bedrijven die materialen of chemie ontwikkelen. Dezelfde technologie kan immers vaak in meerdere markten gevaloriseerd worden. Recticel verkoopt zijn polyurethaanschuim in de industrie, transportsector, constructie, consumer goods, medische sector, en in de landbouwsector. De activiteiten die met dergelijke innovatie te maken hebben zijn totaal anders dan bij product en diensten innovatie. De dynamieken van de ongekende markt moeten worden begrepen, de noden in kaart gebracht en vertaald in een aangepast product portfolio. De juiste kanalen en marketing activiteiten moeten worden ontplooid.

Dit vereist aangepaste skills, tools en risk management technieken. Bij succes kan dergelijke innovatie een bijzondere impact hebben op de lange termijn groei, of zelfs de levensvatbaarheid van je bedrijf verzekeren indien je klappen krijgt in je bestaande marktsegmenten door dynamieken waar je weinig vat op hebt.

### BUSINESS MODEL INNOVATIE

We hebben het hier voornamelijk over andere verdienmodellen. Hoe gaan we geld verdienen? Een omschakeling van dienstenbedrijf naar productiebedrijf is een heel courante voorkomende wijziging, omdat dienstenbedrijven op termijn vaak een standaard product kunnen bouwen rond de opgebouwde assets in de vele projecten, en op die manier gemakkelijker een schaalbare business kunnen uitbouwen. Maar ook het omgekeerde gebeurt. De omschakeling van een product bedrijf naar een dienstenbedrijf. We betalen niet voor een software pakket, maar voor een jaarlijkse licentie. Bedrijven die veel kennis opgedaan hebben tijdens de ontwikkeling van hun eigen product willen die kennis ook als een dienst verkopen aan andere sectoren. Onak verkoopt zijn kennis op het vlak van Origami Engineering onder het merk IMAGIRO, en Colruyt verkoopt zijn kennis op het vlak van koeltechnologieën onder het merk Creacooling. ◀

*In de komende nummers geven we handvaten voor CFO's om met innovatie om te gaan, telkens gepubliceerd samen met een interview waarin we de theorie koppelen aan de praktijk.*