

Gratis Innovatieaudit

Danny Bobrowicz, Innovatiecentrum Antwerpen – Guy Van Goethem, WTOCD

U kijkt ongetwijfeld vaak naar de toekomst. U hebt immers het beste voor met uw onderneming. En u weet dus ook: innovatie is nodig om te overleven. Maar u bent niet zo zeker over de innovatiekwaliteiten van uw onderneming? De *Innovatieaudit* geeft u een goed beeld van hoe het nu werkelijk zit.

Om bij de Vlaamse KMO's innovatie te stimuleren werd met steun van IWT het Innovatiecentrum opgericht. Een team van onafhankelijke innovatieadviseurs staat ten dienste van bedrijven, in het bijzonder KMO's, om hen te informeren, te stimuleren en te begeleiden bij de definitie en uitwerking van hun innovatieplannen. Een van de aangeboden diensten is de gratis *Innovatieaudit*. Deze audit meet de innovatieslagkracht van een KMO. Op basis van een interview met de bedrijfsleider en/of de verantwoordelijke voor O&O wordt een profiel opgemaakt van het bedrijf of de afdeling op 8 domeinen.

De 8 domeinen

Door de fijne opsplitsing over 8 domeinen is het mogelijk de sterktes en zwaktes van uw bedrijf scherp in beeld te brengen.

1. Innovatiestrategie

In de innovatiestrategie legt uw bedrijf - in grote lijnen - vast waarin het in de toekomst nieuw en vernieuwend wil zijn, en op welke wijze het dat wil bereiken.

Vragen die hier beantwoord dienen te worden zijn bv.:

- met welke nieuwe productvoordelen willen we ons over vijf of tien jaar op de markt onderscheiden?
- welke technologieën en procesvernieuwingen moeten we daarvoor ontwikkelen en/of verwerven?
- welke kennisbehoeften moeten daarvoor ingevuld worden?
- zullen we de ontwikkelingen in het bedrijf realiseren of zullen we met externe experts samenwerken?
- hoe kunnen we die inspanningen financieren?
- hoe zullen we de bedrijfsinfrastructuur daarvoor aanpassen?
- liggen die plannen op één lijn met de algemene ondernemingsstrategie, zoals die door de bestuurders is bepaald?

2. Marktgerichtheid

Bedrijven zijn geen geïsoleerde eilandjes. Zij leven van en voor 'de markt'. De valorisatie van wat zij doen wordt rechtstreeks bepaald door de activiteiten van leveranciers, klanten en concurrenten. 'De markt' is met andere woorden het toneel waarop innovaties betekenis krijgen, waarop zij een succes of een mislukking worden. Vandaar ook dat de dynamiek op 'de markt' in de *Innovatieaudit* een motiverende kracht wordt genoemd: bedrijven die zich gedreven weten door de mogelijkheden die de markt biedt (en vermoedelijk zal bieden), hebben een sterker innovatievermogen dan bedrijven die de marktdynamiek lijdzaam ondergaan.

3. Personeelsbeleid en bedrijfscultuur

Elke innovatie is een verandering en elke verandering is voor zeer veel personeelsleden op de een of andere wijze verontrustend. Vooral laaggeschoolden houden sterk aan de 'zekerheid van de herhaling'. Een bedrijfscultuur die veranderingen koestert als dynamiserende en boeiende evoluties is daarom van onschatbare waarde voor een bedrijf. Dergelijke cultuur ontstaat niet vanzelf en is nooit 'af'. Hij is het resultaat van een onophoudelijke en bewuste inzet van het management.

4. Productinnovatie

Tussen het ontstaan van een nieuw idee en de realisatie ervan liggen heel wat stappen en heel wat tijd. Bij die stappen wordt (technologische) kennis opgespoord, ontwikkeld en/of extern verworven en geïntegreerd tot een functioneel resultaat. Het succes van innovatie is bijgevolg afhankelijk van heel wat elementen. Doet het bedrijf de nodige inspanningen om zich op de hoogte te houden van het technologieaanbod? Is het bereid met externe specialisten samen te werken om de efficiëntie van een innovatietraject te verhogen en de kwaliteit van het eindresultaat te waarborgen? Weet het bedrijf waar die externe kennis voorhanden is? Weet het bedrijf welke projectondersteunende methoden beschikbaar zijn? Worden relevante opinieleiders uit de markt tijdig bij het ontwikkelingsproces betrokken?

5. Procesontwikkeling

Innovatie hoeft niet steeds op het creëren van nieuwe producten of diensten gericht te zijn. Ook de verbetering en vernieuwing van (onderdelen van) productieprocessen kan tot belangrijke valorisaties leiden. Kostenverlaging, flexibiliteitsvergroting die inspeelt op wijzigende marktomstandigheden, waarborging van de kwaliteit, verbetering van de arbeidsomstandigheden, energiebesparing, vermindering van productieafval, verhoging van de functionaliteit van de installaties zijn allemaal punten die aandacht verdienen. Over het verloop van procesontwikkeling kunnen ongeveer dezelfde kritische vragen gesteld worden als over product- of diensteninnovatie, maar zij hebben betrekking op andere activiteiten in het bedrijf.

6. Realisatiemethoden

Ook wanneer de innovatiestrategie in al haar facetten helder vastgelegd en vertaald is in concrete, specifieke innovatieprojecten, kan de realisatie ervan nog fout lopen door een tekort aan methodische aanpak, projectdiscipline en projectondersteunende technieken. Ook organisatorische tekorten kunnen aan de oorzaak liggen van een inefficiënt verloop van het project. Niet alle bedrijven en managers zijn vertrouwd met de aparte vereisten van projectmanagement, zoals de afdelingsoverschrijdende inzet, de quasi onverenigbaarheid met de lopende operaties, de beperkte voorspelbaarheid van de resultaten, enzovoort.

7. Netwerken opbouwen

Het netwerken vormt de basis van de samenwerkingskrachten waarop bedrijven in hun innovatieprojecten een beroep kunnen doen. Bedrijven die ervan uitgaan dat elk contact met externe deskundigen bedreigend is, zullen onnodig veel tijd en energie verliezen in ontwikkelingsprojecten. Samenwerking met externe deskundigheid kent een groeiend belang om volgende redenen:

- vermijden van overlappend werk ("We hoeven het wiel niet opnieuw uit te vinden.");
- vermindering van risico: het risico op mislukking is het kleinst op de plaats van de grootste kennis;

- toenemende complexiteit van onderzoek en ontwikkeling ("Je kunt niet álles kennen!");
- onvoldoende uitrusting, bemanning en draagkracht: uitbesteden van wat niet tot uw specialisatie domein behoort;
- tijdswinst: onderzoek vraagt enorm veel tijd, samenwerking leidt tot tijdswinst.

De opbouw van een netwerk is geen éénmalig gebeuren, maar het resultaat van een continue en actieve gerichtheid naar buiten.

8. Financiering

Innoveren betekent onvermijdelijk het verkennen van nieuwe en onbekende terreinen. Het veronderstelt studie en ontwikkeling waarvan het rendement niet met zekerheid voorspeld en in de tijd gepland kan worden. Vooral bij jonge bedrijven - die nog geen financiële reserves hebben kunnen opbouwen - is dat een ernstige belemmering. Daarom is het belangrijk de kosten van de innovatieprojecten zo goed mogelijk te ramen en ze als een afzonderlijke post in het financieel plan van het bedrijf te voorzien. Zo wordt duidelijk hoe groot de toekomstige financieringsbehoeften zullen zijn

De diamantsector

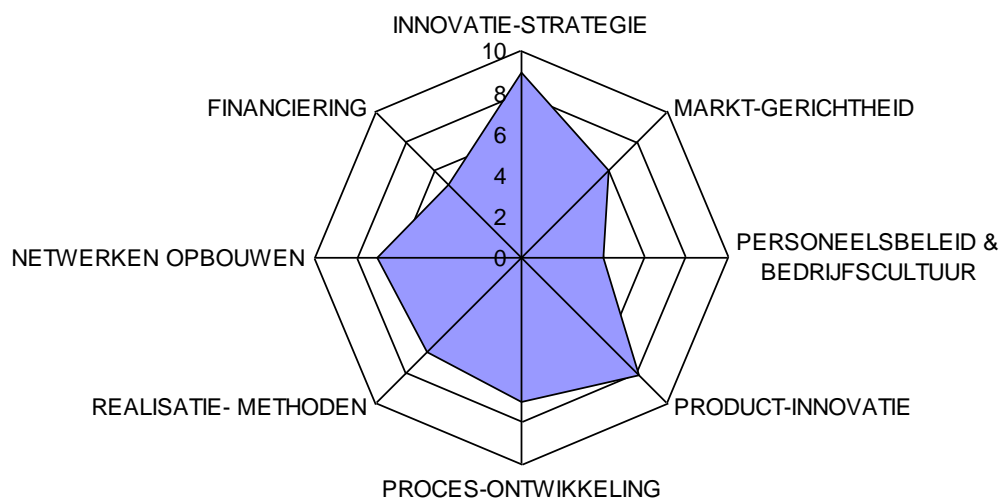
Ook in de diamantsector is innovatie zeer cruciaal. Door productdifferentiatie en gebruik van innovatieve technieken in combinatie met vakmanschap dienen wij het hoofd te bieden aan de concurrentie uit het buitenland. Bovendien wordt ook in de concurrerende landen zoals India en China aan innovatie gedaan. Het is dus van cruciaal belang voor de sector dat men zich in de bedrijven bewust is van de eigen innovatiekwaliteiten en -tekortkomingen. De Innovatieaudit is een uitermate geschikte aanzet tot deze bewustwording.

Concreet

De Innovatieaudit wordt uitgevoerd door het Innovatiecentrum in uw provincie. Ter ondersteuning kan ook de Technologisch Adviseur van WTOCD deelnemen aan het gesprek.

Het resultaat is een overzichtelijk auditrapport. Samen met de innovatieadviseur wordt aan de hand van het auditrapport een plan opgemaakt om de innovatieslagkracht van uw bedrijf te verhogen.

voorbeeld globale bedrijfsscores



Bij het Auditrapport hoort ook een exemplaar van het boek '49 beste praktijken voor de innovatieve KMO'. Dit boek geeft u praktisch bruikbare informatie over hoe u elk van de beste praktijken rond innovatie kan invoeren in uw bedrijf.

Vanzelfsprekend staan de innovatieadviseur en WTOCD u graag bij om uw innovatieplan te realiseren.

De Innovatieaudit kan zonder kosten worden afgenomen dankzij de steun van IWT.

Voor een verkennend gesprek kan u steeds contact opnemen met Guy Van Goethem, Technologisch Adviseur WTOCD, Tel +32 (0)3 491 95 26, g.van.goethem@wtocd.be

Dit artikel kwam tot stand door samenwerking van



en

