



Strategisch samenwerken is beïnvloeding van elkaars richting en kijken naar de langere termijn. Er zijn vele percepties van strategische samenwerking. Technolutions visie op strategische samenwerking wordt gevoed door jarenlange praktijkervaring.

Strategisch samenwerken

Een strategische samenwerking kenmerkt zich door een open dialoog tussen klant en leverancier. Strategisch overleg gaat over (technologische) richtingen, prioriteiten en doelstellingen. Door de dialoog beïnvloedt de leverancier in een vroeg stadium de richting die de klant kiest bij ontwikkeling en engineering. De klant beïnvloedt op zijn beurt de activiteiten waarmee de leverancier haar proactieve kennisbeleid invult. Indirect beïnvloedt de klant daarmee de deskundigheid en technologiekeuzes van de leverancier. Deze wederzijdse beïnvloeding leidt tot een optimaal resultaat.

Een strategische samenwerking is daarom een langdurig proces met veel openheid, het toestaan van voldoende wederzijdse denkruimte, een goede cultuurfit en veel vertrouwen. Een situatie waarin partijen elkaar op een goede manier kunnen uitdagen en daarmee de grenzen verleggen naar een beter productontwerp. Een goede strategische samenwerking kenmerkt zich door een balans in de wederzijdse afhankelijkheid.

Zelf doen of samenwerken

Om nieuwe producten of diensten waar te kunnen maken, hebben klanten op veel terreinen state-of-the-art kennis nodig. Zelf doen kost vaak teveel tijd en doet intern een te groot beroep op het verkrijgen van nieuwe kennis en ervaring. Bovendien kan het om kennis gaan die minder makkelijk toegankelijk is of waar de klant schaalgrootte tekort komt.

Door de sterktes van klant en leverancier te combineren komen ze samen verder en hebben ze toegang tot elkaars kennis en ervaring. Hiermee kan de klant op economische wijze sneller innovaties realiseren. Dat is noodzakelijk omdat klanten nieuwe producten snel op de markt willen introduceren. De klant wil zich concentreren op zijn kerntaken en groeien in kracht, zonder extra personeel en veel financiering.

In de praktijk zien wij drie modellen van samenwerking. Ten eerste de kennisrolverdeling, de leverancier draagt zorg voor alles op het gebied van één specifiek kennisgebied, bijvoorbeeld signaalbewerking of analoge elektronica. Ten tweede de disciplineverdeling: de leverancier organiseert alles rond bijvoorbeeld hardware- of softwareontwikkeling. En als laatste de capaciteitsverdeling: de leverancier realiseert een aantal projecten uit het totaal aan projecten van de klant.

Strategisch samenwerken stelt natuurlijk wel hoge eisen aan de leverancier. De leverancier moet over een track record beschikken op het gebied van strategisch samenwerken, het juiste gedrag en vaardigheden bezitten om de samenwerking te managen en beschikken over voldoende inhoudelijke deskundigheid en inzicht in de business van de klant. Omdat geen strategische samenwerking hetzelfde is, moet het inrichten van een strategische samenwerking op maat worden gezien als een uitdaging.

De klant wil zich concentreren op zijn kerntaken en groeien in kracht, zonder extra personeel en veel financiering.