



Jan van der Wel, algemeen directeur Technolution.

Hoe ziet de toekomst eruit voor mijn diensten en het marktpotentieel daarvan? Kennisleveranciers, die van hun klanten de opdracht krijgen om innovaties uit te werken, stellen zichzelf met regelmaat deze vraag.

# Samen voorop lopen

## Innovaties ontstaan door het samenbrengen van kennis

**K**lanten vragen zich andersom af of kennisleveranciers in de toekomst wel innovatief genoeg blijven? Klanten en kennisleveranciers hebben beiden belang bij een goede balans en continuïteit in de samenwerking.

Organisaties richten zich steeds meer op marketing, serviceverlening en strategische kerncompetenties. Voor innovatie van hun producten, diensten en bedrijfsprocessen zijn zij mede afhankelijk van de kennisintensieve leveranciers. Andersom hebben leveranciers kennis nodig van de werkelijke klantbehoefte. Het samenbrengen van deze kennis is een zeer belangrijk middel, of sterker nog, een voorwaarde voor innovatie.

Kennisleveranciers hebben specialisaties en stimuleren en realiseren gezamenlijk met de opdrachtgever innovaties. Om deze toegevoegde waarde te continueren moeten de leveranciers zelf onderzoek verrichten binnen hun kennisgebieden.

Klanten starten deze strategische samenwerking met verschillende doelen. Zij kunnen met deze gebundelde innovatiekracht beter concurreren, kosten reduceren, kwaliteit en service verbeteren. In de praktijk blijkt deze aanpak zeer effectief. Het vereist wel een breed draagvlak binnen organisaties en een heldere kijk op de taakverdeling.

Bij nieuwe projecten moet snel worden verkend welke innovaties kunnen worden gerealiseerd met de gezamenlijke kennis. Na de commerciële waardebeoordeling van de verschillende opties kan de taakverdeling worden vastgesteld. Zo ontstaat er een goed beeld welk gedeelte van de innovatie door de leverancier wordt gerealiseerd, welk gedeelte door de klant en hoe de samenwerking zal zijn ingericht.

Klanten willen innoveren en de leveranciers hebben klanten nodig die met hen willen innoveren. Het resultaat van een goede balans in de samenwerking is samen voorop lopen.

*Klanten willen innoveren en de leveranciers hebben klanten nodig die met hen willen innoveren.*