Waarom sommige innovaties falen… en die van u niet!

12 oktober 2021, 02:00

Pieter Beyl
Thierry Coutelier

Heel wat bedrijven worstelen met het opstellen van een goede business case voor hun smart product. Een oplossing vinden die een reële nood van de klant beantwoordt en voldoende waarde levert, blijkt niet zo gemakkelijk. Vooral als je kosten om de oplossing te ontwikkelen en aan te bieden binnen de perken wil houden.

Door de vele keuzes en onduidelijkheden is het soms moeilijk om de juiste beslissing te nemen. Hoe komt het dat bepaalde innovaties met slimme geconnecteerde technologie falen? En hoe let je erop de toegevoegde waarde van de oplossing centraal te plaatsen?

Waarom falen innovaties met slimme geconnecteerde technologie?

Als innovaties met slimme geconnecteerde producten falen, is dat vaak omdat ze **onvoldoende antwoord bieden op de concrete noden of problemen van gebruikers**. Bedrijven die te weinig aandacht besteden aan de exacte noden van klanten, het precieze probleem waarmee ze worstelen, en de impact ervan, dreigen ook voorbij te gaan aan de potentiële toegevoegde waarde van een oplossing. Niet elk smart product dat je kan ontwikkelen is noodzakelijkerwijs zinvol.

Het kan ook zijn dat je vanuit een beperkte visie te weinig zicht hebt op mogelijke alternatieven. Zo is het mogelijk dat een bedrijf **te veel vanuit beschikbare technologie denkt**. Nog voor het de oplossing en vereisten goed bekeken heeft, kiest men al voor een bepaalde technologie. Wanneer bedrijven te veel uitgaan van de beschikbare technologie, in plaats van de waarde voor de klant, is het mogelijk dat innovaties met slimme geconnecteerde technologie falen.

Daarom is het belangrijk dat je zo vroeg mogelijk in de ontwikkeling van je smart product, antwoord zoekt op vragen als: zitten er wel klanten te wachten op de oplossing die we aanbieden? En voor welk probleem is ons smart product een antwoord?

Plaats de oplossing centraal

Het is dan ook belangrijk om eerst tijd te investeren om **het probleem of de nood van de klant** beter te leren begrijpen. Welke waarde bieden mogelijke oplossingen de klant? Welke voordelen of winst levert een innovatie op voor de klant? Hoeveel is een klant bereid te betalen voor de oplossing?

Deze vragen zijn net zo relevant voor smart products als voor andere technologische innovaties. Wat wel anders is, is de brede waaier aan manieren waarop met slimme geconnecteerde oplossingen waarde kan worden gecreëerd. In het digitale tijdperk zijn niet alleen producten en diensten die bedrijven aanbieden, veranderd. Ook de verwachtingen, eisen, gewoontes van klanten zijn sterk geëvolueerd. Het is dus niet meer dan logisch dat een bedrijf begrijpt in welke producten klanten geïnteresseerd zijn en waarom dat zo is.

Pas als dat allemaal helder is, wordt het interessant om geld te investeren in het uitwerken van de juiste oplossing. Smart products en digitalisering draaien in de eerste plaats om mensen. Het zijn immers mensen die aan de slag gaan met technologie, die uw smart product zullen gebruiken en die er bepaalde voordelen en antwoorden van verwachten.

Sirris ondersteunt bedrijven in de exploratie van hun idee voor een smart product en de ontwikkeling ervan. Wilt u meer info over de waardencreatie van slimme geconnecteerde producten of hebt u een specifieke vraag? ***Klik dan hier!***

(Bron beeld bovenaan: Shutterstock)

Auteurs

Pieter Beyl

Thierry Coutelier