

De vijf krachten van businessmodelinnovatie Yellow Cats bezoeken B-Amsterdam



Kris Brees en Karin Rigterink

Na jaren van spaceshuttles zijn we teruggegaan naar ouderwetse raketten om mensen en spulletjes de ruimte in te krijgen. Terwijl er schitterend uitgewerkte plannen liggen voor een ruimtelift. Op termijn praktischer, sneller en vooral veiliger en goedkoper dan raketten. En toch wordt deze innovatie niet gerealiseerd. Hetzelfde gebeurt in elke organisatie: goede ideeën halen de markt niet. De Yellow Cats gingen in op de vijf krachten van businessmodelinnovatie.

De Yellow Cats gingen al eerder met nieuwe businessmodellen aan de slag. Businessmodelinnovatie gaat echter verder dan het ontwikkelen van creatieve ideeën. De echte uitdaging is de realisatie in de praktijk. Daar spelen 5 krachten een doorslaggevende rol bij. Vijf krachten die het verschil maken tussen een briljant idee en een nieuwe business.

5 krachten van businessmodelinnovatie



Kracht: het identificeren van kansen om klantwaarde te realiseren



Dit gaat verder dan een salesteam dat de klantbehoefte peilt. Het vereist het structureel inregelen van het naar buiten kijken. Niet alleen naar onze klanten maar ook naar hun totale waardeketen en naar hun ecosysteem. Drie verschillende lenzen om de buitenwereld te bekijken.

Kracht: conceptontwikkeling



Kansen vertalen in een nieuw 'product' lijkt prima maar is onvoldoende. We zoeken een consistent, relevant businessmodel. En sluit het bedachte businessmodel uiteindelijk nog wel aan bij het klantinzicht wat aan de bron lag? Zullen deze klanten dat zelf ook zo ervaren, het zien als een oplossing voor een probleem dat ze herkennen, er geld voor over hebben?

Kracht: spiegelen met de eigen organisatie



Sluit het businessmodel eigenlijk voldoende aan bij de organisatie? Kunnen de unieke eigenschappen en de kracht van de organisatie voluit benut worden? Past het bij het tijdsperspectief en het risicoprofiel? Kortom: het is misschien een schitterend businessmodel, maar is het het beste model voor uw bedrijf?

Kracht: bewustwording van de noodzaak van businessmodelinnovatie



Businessmodelinnovatie zal altijd ingrijpend zijn, impact hebben op de bestaande business en risicovoller zijn dan gewoon verder gaan op het ingeslagen pad. Er moet dus wel een zeer overtuigende reden zijn om uw organisatie achter deze innovatie-uitdaging geschaard te krijgen. Angst dat doorgaan geen toekomst heeft of verlangen om nieuwe kansen te pakken. De diepgewortelde emotie dat veranderen moet, dat er geen weg terug is, maakt dat doorgezet kan worden, ook als het even niet mee zit.

Kracht: realisatie van het businessmodel



Businessmodellen bedenken is één ding, ze succesvol implementeren is 2 t/m 10! Slaagt uw onderneming er in om op een slimme manier te experimenteren met de innovatie? Om te leren van fouten, bij te sturen en weer opnieuw aan de slag te gaan? Ontdekken en doen en steeds dicht bij de klant blijven is hierbij de manier om verder te komen.

Businessmodelinnovatie met de 5 krachten

De 5 krachten zijn niet volgtijdelijk van belang, maar spelen tegelijkertijd een rol. Zo blijkt tijdens de conceptontwikkeling vaak dat meer inzicht in klantbehoeften of technologieontwikkelingen nodig is. En kan het spiegelen met de eigen onderneming een positieve impuls geven aan de bewustwording. Er is geen één beste aanpak voor het realiseren van een nieuw businessmodel.

De praktijk

Drie erg verschillende organisaties gaven een kijkje in de keuken. En illustreerden aan de hand van hun hindernissenpad hoe de vijf krachten speelden en spelen bij hun ontstaan en hun groei. En hoe de eigen kracht en creativiteit ook slim ingezet werd om hindernissen juist de omzeilen. Of als een accelerator te gebruiken.

Capture

Capture illustreerde bijvoorbeeld prachtig hoe doelgericht ze leunen op klantinzicht. Met mystery guests. Klinkt ingewikkeld. Maar 'ik betaal mijn buurvrouw €20 om anoniem een taxiritje te maken en alles te noteren wat ...' maakt het zeer concreet en praktisch. Of de inzet van de CabTab bijvoorbeeld. Origineel werd gewoon een open tablet geïnstalleerd. Zo kon het feitelijke gedrag van de passagier bestudeerd worden als basis voor de modaliteiten die nu op de CabTab aangeboden worden. Het flexibel bijsturen van het businessmodel (de conceptontwikkeling) was zo mogelijk nog frappanter: een businessmodel volledig ontworpen voor de vliegtuigsector werd omgebouwd naar de taxibranche. En hoe krachtig de spiegel met de eigen organisatie: 'natuurlijk is ons businessmodel op zich makkelijk te kopiëren. Maar het vraagt veel meer werk dan de meeste mensen zullen willen doen. We expect problems and we eat them for breakfast'.



Capture zorgt ervoor dat de **verloren momenten van het reizen betekenis** krijgen, in de context van de reis en de bestemming. Informatie en suggesties kunnen location-based aangeboden worden: een andere tip of reclameboodschap voor wie om 9u het centrum van Amsterdam binnenrijdt dan voor wie om 19u Oud-Zuid inrijdt.

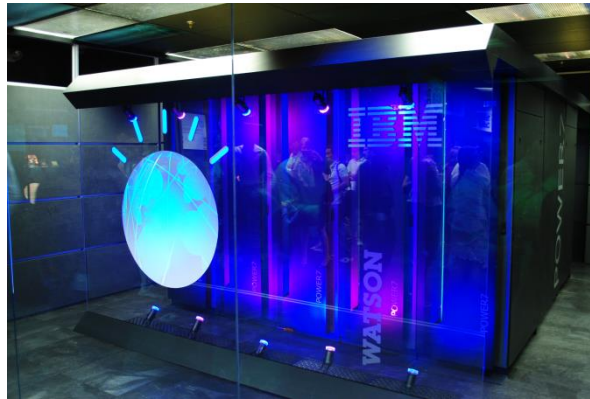
De taxichauffeur biedt zij de mogelijkheid de reisbeleving van de gast te vergroten tegen extra inkomsten. De adverteerder krijgt de kans op gerichte exposure en contact. Ook location based, passend in de journey.

Weinig nieuws kortom in het businessmodel kwadrant van doelgroep & relatie. Des te meer in het kwadrant van het aanbod & kanalen (location based informatie, een excellente chauffeur) en de bronnen & partners (taxicentrales, Samsung, de reclamewereld). Voor ons zit de spannendste innovatie in het kwadrant van het verdienmodel. Capture slaagt er in om de passagier een betere taxi-ervaring te bieden én de taxichauffeur hier geld aan te laten verdienen.

IBM Innovation Space voor Startups en Developers

Met Michel Splint, Manager Ecosystem Development & Cloud Consulting – Benelux volgt een bijzonder, voor veel Yellow Cats herkenbaar, verhaal met veel energie en mogelijkheden. Er speelt een heel andere context dan bij Capture en dus ook een heel ander evenwicht tussen de vijf krachten. IBM bij B-Amsterdam heeft een compleet andere culturele dynamiek dan het traditionele IBM bedrijf; een pand verder. Het

spiegelen is lastig omdat IBM van oudsher een bedrijf is waar de CFO de ROI wil beoordelen. Hoe anders is dit bij een 'startup' vanuit IBM. Een organisatie die ondertussen toch voldoende de energie voelt om zichzelf weer eens opnieuw uit te vinden; hoe dit speelveld werkt met de zoektocht naar gelijkgestemden en het ontstaan en de groei van een bijzonder genootschap. En nu dus alle energie kanaliseert naar een ambitieuze moonshot.



Bijzonder is ook Watson van IBM. Welke kansen biedt dit voor organisaties als we gaan kijken naar business model innovatie en nieuwe verdienmodellen? Een korte brainstorm levert al tal van kansen en mogelijkheden op en tal van bedrijven zijn uitgedaagd om te kijken hoe zij Watson kunnen gaan inzetten en hun nieuwe business model met IBM te delen. Heeft dit model potentie dan helpt IBM verder om het te ontwikkelen.

Aan de slag

De echte toegevoegde waarde van het vijfkrachtendenken ligt natuurlijk bij de Yellow Cats zélf. In de groep wordt met elke kracht wel geworsteld. Maar zijn er voor elke kracht ook voldoende organisaties die daar sterk in zijn of toch minstens alternatieve copingmechanismen ontwikkeld hebben om elkaar verder te helpen. Want de vijf krachten zó afstemmen dat businessmodelinnovatie succesvol geïmplementeerd wordt vergt ook gewoon harder werken en vaker opnieuw vallen en opstaan, dan de meeste mensen bereid zijn te doen... 'You have to expect problems and eat them for breakfast'.

Meer (achtergrond) informatie en presentaties:

<http://www.yellowcats.nl/bijeenkomsten/bijeenkomsten-2015/business-model-innovatie.html>

Meer over de ruimtelift: <http://motherboard.vice.com/nl/read/een-ruimtelift-is-mogelijk-als-iemand-er-maar-voor-wil-betalen>

Meer over Cabture: <http://www.cabture.nl/>

<http://www.icsb.nl/nl/innovatie-groei/publicaties/slim-gejat-in-8-voorbeelden>

Diverse artikelen IBM bij B-Amsterdam:

<http://www.emerge.nl/opinie/nederland-kan-koploper-worden-itinnovatie>

<https://www.linkedin.com/pulse/amsterdam-boosted-new-innovation-space-startups-michel-splint>

IBM Watson <http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/ibmwatson/>

Meer informatie over de Yellow Cats www.yellowcats.nl of mail km@yellowcats.nl



<VODW>

> ICSB
MARKETING EN STRATEGIE

CiRi MARKETING
MARKETING COMMUNICATIE & PROJECT MANAGEMENT

~ Stay sharp in thinking different! ~