



COMMERCIAL INNOVATORS

Commerciële Innovatie via IncrowdSourcing

NewRatio is uw partner in het bouwen van de commerciële innovatie route binnen uw organisatie.

Het gaat om ruimte scheppen, resultaatgericht samenwerken en praktisch creatief handelen.

NewRatio begeleidt organisaties om hun klantwaarde en het onderscheidend vermogen in de markt structureel te vergroten. Het resultaat: verbetering van omzet en winstgevendheid

Neem contact op met NewRatio tel: 020-3012301 en kijk voor meer informatie op www.newratio.com



COMMERCIAL INNOVATORS

Commerciële Innovatie via IncrowdSourcing

- **Onze relatie:** Nederlandse financiële dienstverlener.
- **Het probleem/De wens:** Gebrek aan creatie en commerciële innovatiestructuur maakt het realiseren van de missie moeilijk. Wens is om leidend te zijn voor klanten door een innovatieve benadering. Meer ideeën creëren en deze ideeën door een proces begeleiden zodat ze vaker de klant bereiken.
- **Onze oplossing:** Neem Commerciële Innovatie op in de corporate governance van de onderneming, waardoor innovatie verankerd kan worden in de hele organisatie.
- **Onze oplossingsmethodiek:** NewRatio IncrowdSourcing met veel teamwork, balans tussen ontsluiting van creativiteit en effectiviteit. Toekomstgericht met focus op resultaat.

Sessie I Van probleem naar vraagstelling

Verkennen van de achterliggende factoren bij het probleem en bewustwording. Probleem scherp afgebakend en vanuit verschillende invalshoeken geanalyseerd. In groepen en individueel werd gezocht naar de oorzaken van het probleem en werden deze in context geplaatst van afdelingen en medewerkers; een business panorama. Hierdoor ontstond breed draagvlak met een basis voor de eerste stap naar de oplossing; het formuleren van de vraag, Hoofdvraag: Hoe succesvol commerciële innovatie in de organisatie verankeren?

Deelvragen: Hoe te zorgen voor het doorlopend ontstaan van nieuwe ideeën?
Hoe kunnen de succesvolle ideeën ook tot implementatie komen?

Sessie II Wat, waarom en hoe?

Wat is de betekenis van commerciële innovatie voor onze relatie en **waarom** is het belangrijk". **Hoe** past het binnen de missie en de strategie.

Uitwerken van de manier waarop de innovatiegedachte, ideeën generatie en het innovatieproces gestalte kunnen krijgen in de hele organisatie. Denken in kansen en acties. Van individueel naar team commitment en verder uitdragen.

Sessie III Wens waarmaken en kiezen

Focus op het waarmaken van de wens om Commerciële Innovatie in de organisatie te verankeren. Bouwen van het concept: Wat zijn de key succesfactoren voor Commerciële Innovatie? Wat zijn de alternatieven? Wat zijn de criteria bij het maken van keuzes? Wat is nodig om te verwezenlijken? Kiezen van de structuur, proces en procedures en deze in concept uitwerken op basis van een breed draagvlak.

Sessie IV Plan van aanpak en presentatie

Groep maakt een plan van aanpak om van het concept uit sessie III tot realisatie te komen. Aandacht voor inpassing in bestaande governance en processen, bepalen van rollen en verantwoordelijkheden van personen en afdelingen, het proces en de procedures, een innovatielocatie, profielen van key spelers in het innovatieproces. Verankeren in een presentatie aan bestuur/directie ter goedkeuring voor implementatie.

- **Conclusie.** De aanpak heeft gewerkt en geleid tot een "Plan Commerciële Innovatie" ter goedkeuring door de RvB. Het plan is vernieuwend en heeft een breed draagvlak gecreëerd tussen mensen van verschillende afdelingen. Commerciële Innovatie is gaan leven en het enthousiasme voor het onderwerp is zeer sterk aanwezig. Er is nu innovatie DNA ontwikkeld. Tevens was er sprake van creatieve ontsluiting bij de deelnemers en was er ook veel plezier en ruimte voor onverwachte aanpalende zaken en nieuwe inzichten.