

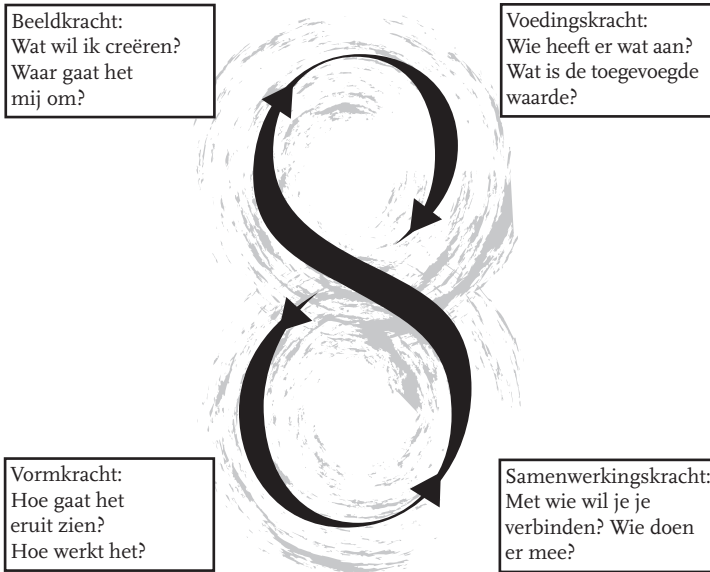
## 5.2 Nieuwe diensten bedenken

Innovatie is ook in de dienstverlening een belangrijk thema. Iedere professional krijgt vroeg of laat in haar werk te maken met innovatie, de vraag is hoe je daar op inspeelt. Als de buitenwereld je inhaalt, kunnen de ontwikkelingen je als een vloedgolf overspoelen. Ooit in een sterke branding door een golf onderuitgegaan? Je wordt rondgetold en meegesleurd door het water, je weet niet meer wat boven en onder is en tegen de tijd dat de golf weg is, zit je lijf vol zand. Met mooi weer op het strand is dat een geweldige ervaring. Maar als je dat gevoel in je werk hebt? Achter de feiten aanlopen, confrontaties met onverwachte beslissingen en acties van anderen, dat geeft een hoop stress. Het omgekeerde geeft ook veel stress: als je je voortdurend verveelt op je werk. Het schijnt dat 1 op de 7 mensen met een kantoorbaan aan een 'bore-out' lijdt. Ze zijn de uitdaging kwijt, ze hebben zoveel tijd over dat ze van gekkigheid niet weten wat ze moeten doen. Hoe lang blijft surfen op het internet interessant? De clou is om er op tijd te zijn en zelf initiatief te houden om je dienstverlening te vernieuwen. Juist tijden dat het goed gaat in je werk zijn uitermate geschikt om te oefenen in het vernieuwen van dienstverlening.



Deze oefening is erop gericht nieuwe toepassingen te vinden voor je reeds opgedane kennis en ervaring. Je gebruikt je nieuwsgierigheid en je enthousiasme om ideeën op het spoor te komen. Er is volop ruimte voor verbetering in de wereld: in de samenleving, bij de verschillende klanten, in je werkomgeving. Je komt verbetermogelijkheden op het spoor door een zinnetje aan te vullen: 'Zou het niet geweldig zijn als ...' Of: 'Is het niet geweldig om ... te doen?' Maak eventueel gebruik van de uitkomsten van oefening 6.2 'Toekomstdromen'.

Vervolgens onderzoek je of je een concrete dienst kan maken uit je verbeeldingskracht met behulp van het stellen van vragen. Voor deze oefening zijn vragen ontwikkeld vanuit vier belangrijke krachten om het idee verder te brengen: beeldkracht, verbindingskracht, vormkracht, voedingskracht. Zie voor een overzicht van de vragen het werkblad 'Vier krachten activeren'. Je kunt het vragen stellen zien als een rondlopend pad – een lemniscaat – waarmee je afwisselend de vier krachten activeert.



Vierkrachtenmodel om nieuwe diensten te bedenken

Als je de oefening zelfstandig uitvoert, stel je jezelf vragen. De oefening is ook geschikt om in een gezelschap te doen (zie oefening 2.2) waarbij de deelnemers om de beurt hun idee inbrengen en elkaar vragen stellen.

### Stappen

1. Benoem een thema of een idee.  
Een thema brengt je in beweging en zonder beweging is er geen ontwikkeling. Denk aan een onderwerp waarover je je verbaast of dat steeds terugkomt in je gedachten: 'Wat is excellent onderwijs eigenlijk?' of 'Hoe kunnen we eerlijk zaken doen boven een miljoen?' of 'Hoe kan ik uit bamboe kleding maken?' Je kunt inspiratie halen uit ontwikkelingen buiten jezelf: wat doet de markt? Wat zijn trends in de omgeving? En je kunt inspiratie uit je binnenwereld halen: wat vind je zelf interessant om je verder in te verdiepen? De kunst is om het thema breed neer te zetten, dat geeft ruimte om het in de volgende stappen te preciseren.
2. Bewerk je idee vanuit vier invalshoeken.  
Het instrument om je idee specifiek te maken, is het stellen van vragen. Zie het werkblad 'Vragen stellen' voor inspiratie. Gebruik niet alle mogelijke vragen, twee of drie vragen per invalshoek werkt goed.
  - De Beeldkracht, de energie van je verbeelding. Hier komen vragen aan de orde als: Wat wil ik creëren? Wat bezielt mij? Aan welk hoger doel wil ik een bijdrage leveren?

- De Samenwerkingskracht, de energie van de verbinding met anderen. Hier komen vragen aan de orde als: Met wie wil je je verbinden? Waar zitten gezamenlijke drijfveren? Hoe komen we met elkaar in beweging?
  - De Vormkracht, de Het-kant genoemd. Hier komen vragen aan bod als: Hoe ziet de dienst eruit? Hoe organiseer je de dienst? Welke resultaten wil je behalen?
  - De Voedingskracht, de Zij-kant genoemd. Hier komen vragen aan de orde als: Waarmee wil ik de klanten van dienst zijn? Welke klanten hebben hier baat bij? Welke problemen (complicaties) wil de klant opgelost hebben? Wat heeft de klant hieraan? Voor wie is het nuttig?
3. Concept verwoorden.
- Op een gegeven moment heb je genoeg vragen over je idee overdacht, dan is het tijd om te stoppen met vragen stellen. Schrijf de opbrengst van alle gedachten op in een voorlopig concept voor een nieuwe dienst. De vier hoofdvragen kunnen daarbij als kapstok fungeren.
4. Beslissing nemen.
- Laat het concept even liggen, slaap er bijvoorbeeld een nachtje over. Dan neem je een beslissing: wat wil je met het concept doen? Je kunt het concept opbergen in je portfolio van 'goede ideeën', om het later nog eens op te pakken. Of je kunt beslissen om je concept verder uit te werken tot een levensvatbare dienst. Eventueel kun je daarvoor een andere oefening uit het boek gebruiken. De clou is om een overwogen beslissing te nemen, anders verdwijnt je concept half af in een la, dat is zonde van de energie.

### *Ervaringen van professionals met 'nieuwe diensten bedenken'*

Ik liep al twee jaar met een idee in mijn hoofd, maar ik kreeg er maar geen vat op. Op een studiedag deden we in een klein groepje deze oefening, waarbij we om de beurt een thema konden inbrengen. En nuttig dat het was! Toen ik aan de beurt kwam stelde één van de deelnemers mij vragen, de ander observeerde mij terwijl ik antwoord gaf. De vragen vond ik geweldig, ik ontdekte allerlei nieuwe kanten aan mijn idee. De terugkoppeling over mijn manier van antwoorden gaf me ook interessante informatie: bij welke antwoorden ik veel enthousiasme uitstraalde, waar ik langer na moest denken, enzovoorts. Dankzij de hulp van de anderen in mijn groepje had ik aan het eind van mijn ronde – die maar een kwartiertje duurde – een voorlopig concept! Ik ben heel enthousiast over deze oefening. Ik raad iedereen aan om hem in een groepje te doen. In je eentje ga je snel, maar met elkaar kom je verder, is mijn ervaring. 🍷

Bron: Lead auditor, voorzitter auditcommissie

‘ In de financiële dienstverlening is nog ongelooflijk veel ruimte voor verbetering. Wie snapt er zijn pensioenoverzicht? Maar ik denk als voorbeeld aan de oude provisiestructuur in de verzekeringswereld, zo ondoorzichtig als wat. Terecht dat daar zoveel kritiek op is, je kan er op wachten dat de Autoriteit Financiële Markten (AFM) in gaat grijpen. Daar wilde ik met ons kantoor niet op wachten. Ik ben gaan sparren met een van de aandeelhouders met het idee om een eenvoudig en glashelder alternatief te ontwikkelen. Qua vorm bedachten we dat we wilden gaan werken op abonnementsbasis. De klant betaalt een vaste maandelijke contributie. Als de klant eenvoudige dienstverlening verlangt, betaalt hij een basiscontributie. Maar indien gewenst, leveren we ook een duurder abonnement met adviezen over sparen, beleggen, hypotheken en pensioenen. Daar staat tegenover dat de klant zijn verzekeringen tegen inkoopsprijs (nettoprijs) koopt. Als hij meer dan één verzekering bij ons sluit, is dat al aanmerkelijk goedkoper dan de ouderwetse provisiestructuur. Voor de klant heeft dit als voordeel dat het volstrekt helder is wat het advies kost en wat daarvoor terugkomt. Naast de gewone service bij schade krijgt de klant nu ook een nieuwsbrief, met informatie over financiële producten, risico’s en mogelijkheden. En wij kunnen zo sneller en beter invulling geven aan de zorgplicht zoals dat moet van de AFM. De uitwerking van dit concept was wel wat ingewikkelder. We moesten in de slag met de verzekeraars, want die zijn nog helemaal ingericht op het provisiestelsel. En we moesten al onze klanten benaderen om het nieuwe concept uit te leggen. Maar nu loopt het als een trein. In één jaar tijd draaien we al meer dan een ton euro aan omzet alleen al uit abonnementen! We krijgen nieuwe relaties, waardoor we groeien. Bijkomend voordeel is dat nu meer dan de helft onze klanten meer dan één polis heeft bij ons, dat werkt kostenefficiënt. ’

Assurantietussenpersoon