

Ontdek WAAROM™

DE SLEUTEL TOT SUCCESVOLLE INNOVATIE



Is innovatie altijd een kwestie van alles of niets?

Niet wanneer je begrijpt WAAROM klanten de keuzes maken die ze maken.

Succesvolle of mislukte innovatie

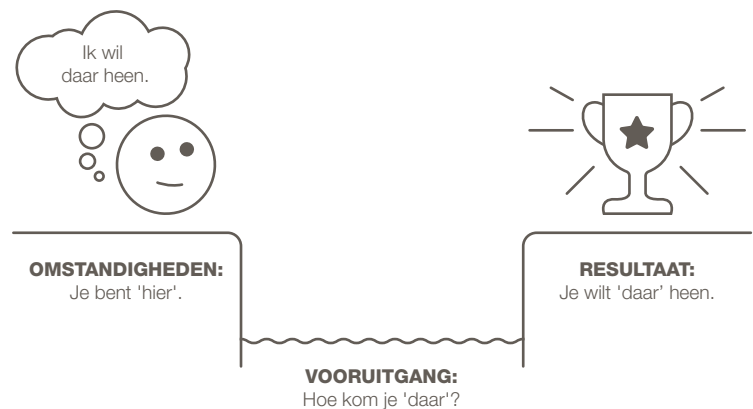
Het overgrote deel van de innovaties voldoet niet aan de verwachtingen. Met een gemiddeld misluktingspercentage van meer dan 80 procent zullen we beter ons best moeten doen. Innovatie is geen luxeprobleem, het is een absolute noodzaak. In de huidige wereld moeten we allemaal effectieve vernieuwers zijn.

Succesvolle innovatie

Voor succesvolle innovatie is meer nodig dan alleen creatieve ideeën. We moeten oplossingen bieden waar klanten graag gebruik van willen maken, waar ze enthousiast van worden..

Hoewel dit logisch is, blijkt uit het hoge misluktingspercentage van innovaties dat de meeste mensen niet weten hoe ze dit kunnen bereiken.

De nieuwste oplossing van FranklinCovey, *Ontdek WAAROM: De sleutel tot succesvolle innovatie*, helpt leiders op alle niveaus om te begrijpen waarom klanten de keuzes maken die ze maken. Wanneer je de denkwijze van klanten begrijpt, kun je het succes van jouw innovaties veranderen van lukraak naar voorspelbaar.



Theorie

Ontdek WAAROM is gebaseerd op 25 jaar onderzoek en praktijkervaring van **Clayton M. Christensen**, hoogleraar aan Harvard Business School en een van 's werelds meest invloedrijke business leaders, en **Bob Moesta**, ontwikkelaar van meer dan 3.000 succesvolle innovaties. Zij concluderen dat innovaties veel succesvoller zullen zijn wanneer je inzoomt op wat klanten in bepaalde omstandigheden willen bereiken.

Ontdek WAAROM is een onmisbare oplossing voor iedereen die betrokken is bij innovaties of werkt met klanten, zowel betalende als niet-betalende en zowel interne als externe. Deze oplossing biedt de benodigde mindset, vaardigheden en hulpmiddelen om diepgaand inzicht te krijgen in de ervaringen van klanten bij het kiezen en gebruiken van producten en diensten, en deze kennis te gebruiken bij het ontwikkelen van succesvolle innovaties.



DENK ANDERS:

Erken hoe belangrijk het is om te weten waarom klanten de keuzes maken die ze maken.

ACHTERHAAL WAAR MENSEN MEE WORSTELLEN:

Observeer klanten die producten en diensten gebruiken, en achterhaal de obstakels of frustraties waar ze mee worden geconfronteerd.

HOOR WAT KLANTEN NIET ZEGGEN:

Interview klanten om te ontdekken waarom en hoe ze specifieke producten en diensten kiezen en gebruiken.

PLAATS DE JOBS TO BE DONE IN EEN KADER:

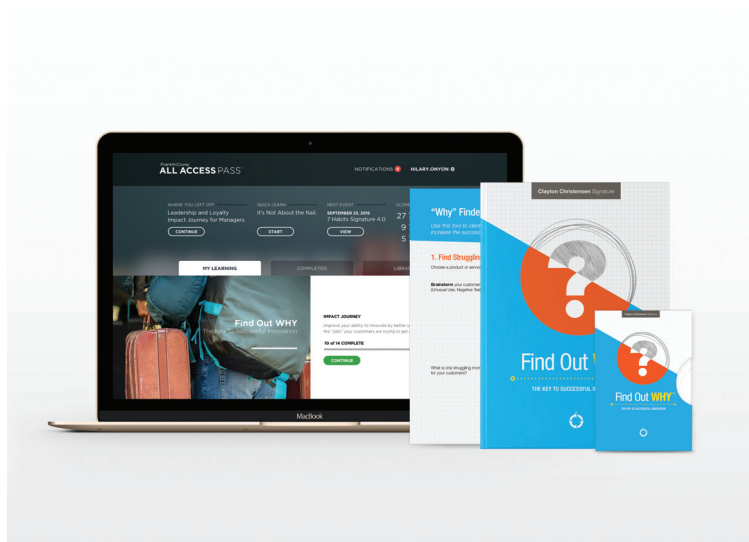
Maak een korte samenvatting van de jobs to be done van de klant.

ONTWERP VOOR VOORUITGANG:

Brainstorm over innovaties waarmee wordt voldaan aan de jobs to be done van de klant.

Beschikbare trainingsmaterialen

- Beschikbaar als een live, live online, of on-demand oplossing via FranklinCovey All Access Pass®
- Werkboek
- Oefenkaarten
- 'Waarom'-zoeker
- 20 FranklinCovey InSights® video's
- 5 FranklinCovey On Demand® modules



“Innovatie kan veel voorspelbaarder zijn — en veel winstgevender — maar alleen als je je manier van denken verandert.

CLAYTON CHRISTENSEN, TADDY HALL, KAREN DILLON, DAVID DUNCAN

Neem voor meer informatie contact op met je client partner of stuur een e-mail naar info@franklincovey-benelux.com.