

# “Innoveren is mensenwerk. Het komt niet uit de computer rollen.”

Interview met Peter Heshof, trendwatcher en innovator bij bureau BLOOM



**Peter Heshof is medeoprichter van BLOOM, een bureau dat klantbehoeften en -trends vertaalt naar concepten. Heshof ontmoet regelmatig mensen met veel ideeën die in de praktijk niet realiseerbaar zijn. “Doe een paar stappen terug. Begin bij de klant, wie is hij, wat wil hij. Maar bedenk ook wat de kracht is van jouw organisatie.”**

Hilde de Groot stelde in het vorige interview de vraag hoe de publieke sector gebruik kan maken van de inzichten uit de private sector. Heshof geeft op basis van zijn jarenlange ervaring met innovatie in de private sector een aantal handreikingen.

## **Geen Hocus Pocus, maar Focus Pocus**

“Een gezellig dagje op de hei levert vaak veel creativiteit en ideeën op, maar wat moet je met 300 post-itjes waarvan je niet weet welke relevant of waardevol zijn? Het wordt al snel hocus pocus, omdat de focus ontbreekt. Volg een gestructureerd proces. Neem daarbij de behoeften van de klant als uitgangspunt. Bepaal de onderscheidende kracht van jouw organisatie en waar jouw innovatiekansen liggen. Dan heb je de focus te pakken. Bedenk vervolgens vanuit die kansen nieuwe zorgideeën en vertaal de beste ideeën naar een concreet zorgconcept. Deze volgorde is essentieel om je innovatie tot een succes te maken.”

### **Wat wil de patiënt**

“Het is belangrijk om je klant als uitgangspunt te nemen, maar hoe kom je erachter wat zijn behoeftes zijn, vandaag en morgen? De meest voor de hand liggende is om de klant er direct, of indirect, naar te vragen. Een patiënt zal alleen niet met iets nieuws komen. Zijn behoeften komen voort uit de bestaande setting. Een andere methode is om de organisatiekennis in te zetten met hulp van een klantbehoefte model.”

### **Werken vanuit de organisatiekracht**

“Het is van groot belang om na te gaan: waar zijn wij als organisatie goed in en waar onderscheid ik mij van andere organisaties. Het diaconessenziekenhuis in Utrecht onderscheidt zich van andere ziekenhuizen door haar centrale ligging in de stad. Het St. Antonius ziekenhuis in Nieuwegein onderscheidt zich misschien weer door zijn enorme betrokkenheid bij het personeel.”

### **Vervul meerdere behoeften**

“Bij een concept focus je eerst op de kernbehoefte. Zo is Buurtzorg Nederland gebouwd op de dominante klantbehoefte aan het zelfstandig blijven wonen door verzorging en verpleging aan huis. Daar spreek je mensen in eerste instantie op aan. Maar er zijn meerdere redenen die mensen zullen aanspreken. Lokale betrokkenheid of de behoefte aan hoge kwaliteit zorg bijvoorbeeld. Zo kun je het concept van Buurtzorg uitbreiden met andere behoeften en krijg je een sterker concept.”

### **Innoveren doe je niet alleen**

Participeren is het sleutelwoord om het beste concept, betrokkenheid en draagvlak te creëren binnen jouw organisatie. “Als mensen niet betrokken worden bij het innovatieproces, zijn ze niet makkelijk te vangen voor je idee. Zorg daarom voor een open proces, waar ieder zijn ideeën kan ventileren.”

“Innoveren is mensenwerk, met name in de zorg. Het komt niet zomaar uit de computer rollen. Begin niet met het idee, maar doe drie stappen terug. Dat levert je heel veel winst op”.