

8 innovatiegeheimen van Steve Jobs volgens Carmine Gallo



Men houdt van Steve Jobs of men haat hem, maar zelfs zijn ferventste tegenstanders zullen toegeven dat de man over een ongeziene innovatiedrang en -capaciteit beschikte. Niet enkel was hij een van de stichters van Apple, hij heeft er over de jaren heen, met de lancering van een aantal nieuwe en adembenemende producten, voor gezorgd dat de beurskapitalisatie van zijn bedrijf uiteindelijk dat van Microsoft overtrof.

De Apple-baas wordt al jaren gevolgd door de Amerikaanse journalist Carmine Gallo. Die heeft nu een nieuw boek uit onder de titel ['The Innovation Secrets of Steve Jobs'](#). Daarin gaat hij op zoek naar de verschillende redenen van Jobs innovatief succes.

[Uiteindelijk vat hij Jobs' succes samen in 8 eenvoudige principes:](#)

1. Doe wat je graag doet

Volg je hart. Innovatie is onmogelijk wanneer er binnen dezelfde context geen passie is. De kans dat je zonder passie revolutionaire producten ontwerpt is zo goed als onbestaande.

2. Schop een deuk in het universum

Denk eens op een andere manier na over je eigen visie. Jobs omringt zich met mensen die op eenzelfde golflengte zitten, die zijn visie delen, maar zijn ideeën helpen omvormen tot grensverleggende innovaties. Passie is de brandstof, Jobs' visie de eindbestemming van Apple.

3. Verander je manier van denken

Innovatie bestaat niet zonder creativiteit en voor Jobs is creativiteit het samenvoegen van verschillende zaken (*connecting the dots*). Steve Jobs is er van overtuigd dat onze vele verschillende ervaringen onze kijk op het mensdom verrijken.

4. Verkoop een droom, geen product

Apple-klanten zijn voor Jobs geen 'consumenten', maar mensen met dromen en ambities. Hij maakt producten die helpen die dromen en ambities te realiseren.

5. Zeg nee tegen 1.000 zaken

Eenvoud is de uiterste vorm van verfijning. De iPod, de iPhone, de iPad... voor al deze producten geldt één en dezelfde wet: innovatie betekent het elimineren van overbodige zaken opdat het nodige kan opvallen.

6. Creëer onwaarschijnlijke gebruikerservaringen

Jobs heeft een andere benadering van het concept 'merk'. Wie een Apple-store heeft bezocht kent dat gevoel. Apple is 's werelds beste retailer geworden door simpele innovaties in zijn winkels te introduceren die iedereen kan overnemen om zo een diepe en langdurige emotionele verbinding te maken met de klant.

7. Ken je boodschap

Denk na over de boodschap die je wil vertellen. Jobs is een uitmuntend verhalenverteller, die van productlanceringen een ware kunst heeft gemaakt. Je mag het beste idee ter wereld hebben, als je de mensen niet enthousiast krijgt, kan je het schudden.

8. Beschouw jezelf als een merk

Volgens Carmine zullen bovenvermelde principes enkel voor je werken als je jezelf als een merk ziet. Of je zelfstandig bent, een eenmanszaak of een kmo leidt, je vertegenwoordigt 's werelds belangrijkste merk: het jouwe.

Hoe je praat en hoe je handelt beïnvloedt dat merk, net als hoe je over jezelf en je bedrijf denkt. Wie zijn basispotentiëel wil waarmaken moet dus eerst aan introspectie doen. Vraag je dan af waar je kan geraken met echte inzichten en inspiratie. Denk er even over na wat je zou kunnen bereiken, mocht Steve Jobs je wat aanwijzingen geven. Denk bij jezelf: '*Wat zou Jobs denken?*'.