

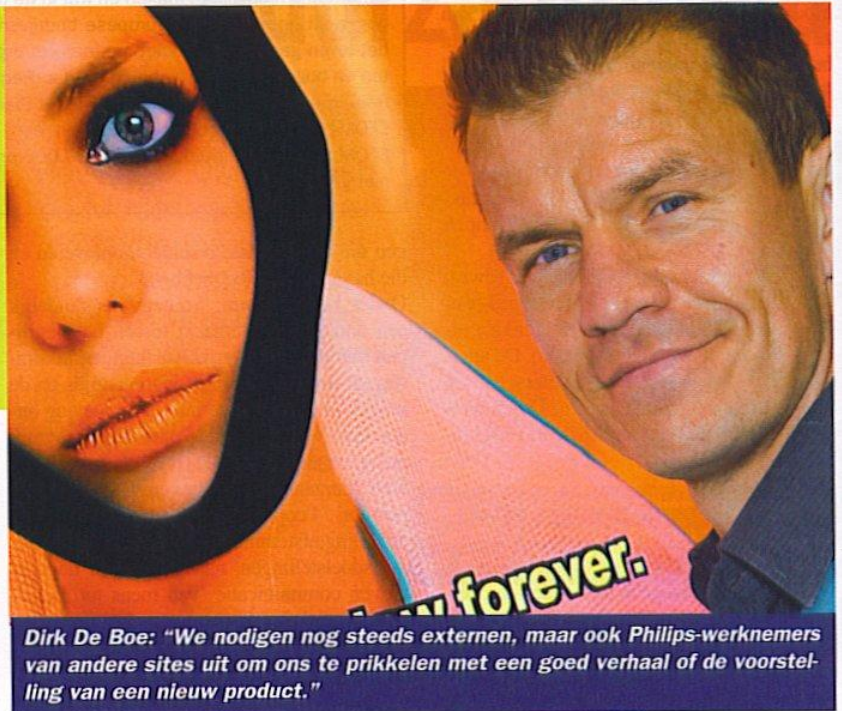
Van inspiratie naar actie

IVAN MERVILLE

Hoe zet je de inspiratie die medewerkers opdoen tijdens creatieve netwerksessies om in concrete innovatievoorstellen en nieuwe producten? Dirk De Boe stippelde voor Philips Brugge zo'n traject uit.

Afgelopen jaar bracht Philips 'de banaan' op de markt. Dit product heeft alles om het te maken: het is eenvoudig, vernieuwend en efficiënt. Maar bovenal is de banaan de laureaat van de eerste editie van het Innovation Event van de Philips-site in Brugge. Deze vestiging staat in voor het bedenken en produceren van de high-end televisies. De banaan is de bijnaam voor een 'wall mount', waarmee het bevestigen van een flatscreentelevisie aan de muur een fluitje van een cent is. Het gaat om een soort banaanvormige rail waarin de consument een bevestigingspunt van zijn tv kan haken. Waarna het toestel gemakkelijk kan worden gepositioneerd tot het loodrecht hangt.

Een van de personen achter het Innovation Event is develop manager mechanics **Dirk De Boe**. "Innovatie is ontzettend belangrijk. Als het Westen het industriële hoofd boven water wil houden, moet het met nieuwe producten voor de dag komen. Met zaken die net zo goed in China of Korea kunnen worden ontwikkeld, zullen we het niet halen. Onze toegevoegde waarde zit in vernieuwing." Philips komt wat dat betreft niet onbeslagen op het ijs. De net vernoemde banaan is niet de enige innovatie die Philips Televisie recentelijk op de markt bracht. "Amper een paar jaar geleden verschenen de eerste toestellen met de gepatenteerde Ambilight-technologie, uitgevonden hier bij ons in Brugge. Het systeem projecteert een dynamische lichtkrans op de muur achter het toestel. De kleur van die krans correspondeert met de kleuren die overwegend aanwezig zijn links en rechts in



Dirk De Boe: "We nodigen nog steeds externen, maar ook Philips-werknemers van andere sites uit om ons te prikkelen met een goed verhaal of de voorstelling van een nieuw product."

beeld. Hierdoor ontstaat de illusie dat het beeld buiten het scherm treedt. Verder zijn we wereldwijd de eerste producent van een homecinemasysteem met het beeldformaat 21 x 9, het formaat dat perfect aansluit bij de bioscoopfilm." Verder is er ook Net Tv, een technologie die internet op tv brengt en het mogelijk maakt om via de afstandsbediening te surfen.

Inspiratiesessies

Dirk De Boe ging aanvankelijk op zoek naar manieren om een klimaat van creativiteit en innovatie te creëren en wilde de medewerkers betrekken in die zoektocht. Binnen zijn eigen afdeling organiseerde hij netwerksessies. Met zekere regelmaat werden creativiteitspecialisten en sprekers zoals **Igor Byttebier**, **Bernard Lernout** of **Pascal Cools**, algemeen directeur van **Flanders DC**, uitgenodigd. Er werd gedebatteerd over de Zeven Principes van **Leonardo Da Vinci** of over **The World is Flat** van **Thomas Friedman**. "Van in het begin was het management gewonnen voor het idee. Nadat ze een van de sessies hadden bijgewoond, kwam het voor-

stel om het initiatief open te trekken naar de volledige site. Vanaf dan werden niet alleen meer de industrieel ingenieurs en industrieel vormgevers van mijn team uitgenodigd voor de sessies, maar alle werknemers. Je moet een kritische massa in beweging zien te krijgen om resultaten te boeken. Gemiddeld dagen er nu voor de sessies tussen 80 en 100 geïnteresseerden op." De initiële netwerksessies werden stopgezet en de Mind Series kwamen tot leven. "In de Mind Series - 'Series' om te onderstrepen dat het om een continu proces gaat - doen we in principe nog hetzelfde. Het zijn 'enablers' die creativiteit en inspiratie willen aanreiken. We nodigen nog steeds externen, maar ook Philips-werknemers van andere sites uit om ons te prikkelen met een goed verhaal of de voorstelling van een nieuw product." Dergelijke sessies vinden plaats tijdens de kantooruren. Op die manier geef je volgens De Boe aan dat innovatie essentieel is. Niet iets waarover pas na de werkuren moet nagedacht worden.

Ideeën posten via intranet

De Mind Series bestaan nu bijna drie jaar. In

die periode zijn een twintigtal sessies georganiseerd. "Uiteraard willen we ons niet beperken tot de theoretische benadering die de Mind Series uiteindelijk zijn. De tools die de sessies ons aanreiken, moeten ons inspireren om innovaties te implementeren in de high-end televisie. Daarom werd een tweede initiatief genomen, het oprichten van de Idea Series. Deze Idea Series zijn een materialisatie van de Mind Series. Innovatie in actie als het ware."

Een tool van onschatbare waarde voor de Idea Series is het forum op het intranet van Philips Brugge. Op dat forum kunnen alle werknemers hun ideeën kwijt over nieuwe producten of toepassingen. "Een team kijkt om de paar weken het forum na en leest alle voorstellen en ideeën. Elke bedenker of auteur wordt vervolgens door een multidisciplinair team uitgenodigd om het concept toe te lichten. De aanpak is laagdrempelig omdat we willen dat de bedenker zich niet geremd zou voelen bij de toelichting van zijn idee. De multidisciplinaire samenstelling zorgt ervoor dat het team zich van alle aspecten van het concept – hardwareproductie, softwareontwikkeling, kostenberekening... – een duidelijk beeld kan vormen. Indien het idee niet levensvatbaar is, zal het team aan de hand van concrete vragen de bedenker dat laten inzien. Het is veel productiever om de man of vrouw achter het idee zelf tot die vaststelling te laten komen." Het Idea Series-team hanteert bij het evalueren van een idee het funnel- of trechterconcept. Tientallen ideeën komen de funnel in gestroomd om er uiteindelijk een handvol over te houden die gerealiseerd worden. "We concentreren ons daarbij op het eerste deel van de funnel. Door middel van een aan-

seerbaar blijken, gooien we echter niet weg. Ze worden gearhiveerd. De mogelijkheid bestaat namelijk dat het idee in de toekomst wel haalbaar is." Voor de ideeën die de filtering overleefd hebben, kan het team coaching en ondersteuning bieden. "Zo moedigen we de bedenkers aan om een prototype te ontwikkelen. Wanneer ze hun project uit handen moeten geven omdat ze niet over de nodige competenties beschikken om het verder af te werken, houden we de 'vader' van het concept zo nauw mogelijk betrokken."

Sunrise of Sunset?

Vrij snel kon het Idea Series-team vaststellen dat er aan ideeën geen gebrek was. In anderhalf jaar werden ongeveer 220 ideeën gepost, met een groot aantal waardevolle aanzetten. "In 2008 besloten we een selectie van 25 ideeën, al dan niet reeds in de fase van het prototype, samen te brengen en voor te stellen aan de medewerkers. Het eerste Innovation Event was een feit. De bezoekers konden stemmen op hun favoriete concept. Uiteindelijk werd de top drie gelauwerd." Dit betekent niet dat die drie ideeën per definitie ook geproduceerd worden. De wall mount, winnaar van de eerste editie, viel dat geluk wel te beurt. En soms valt de keuze ook op concepten die niet de top drie haalden. De Boe benadrukt dat een financiële beloning voor de bedenkers niet aangewezen is. "De aandacht en de waardering is een veel grotere incentive."

Een voorbeeld van een concept dat de top drie niet haalde, maar wel in productie ging, is de Sunset. Het illustreert ook mooi de synergie die ontstaat tussen de Mind Series en de Idea Series. "Tijdens een van onze Mind

bouwen in televisies. "De bedenker redeneerde dat veel mensen een televisietoestel in de slaapkamer hebben en dat 'Sunrise', zoals hij het noemde, een aantrekkelijke innovatie zou kunnen zijn. Een eigenschap van het forum is dat iedereen op elk gepost bericht kan reageren. Vrij snel suggereerde een collega om het concept om te draaien en om in plaats van een 'Sunrise'-functie een 'Sunset'-functie te creëren. Stel je voor: je zit 's avonds in de woonkamer en na de film zet je - met de afstandsbediening - de televisie uit. Plots zit je in het donker. Op zoek naar de lichtschaakelaar val je misschien over het salontafeltje. Sunset vermijdt dergelijke vervelende situaties en zorgt ervoor dat na het uitschakelen van het toestel de Ambient nog een 20-tal seconden blijft branden. Zo kan je ongehinderd de kamer verlaten of het licht aanklikken. Dit nieuwe concept zit nu in onze producten."

2010: opnieuw vier nieuwe concepten

Dirk De Boe: "Na het eerste Innovation Event kwamen we tot de conclusie dat het anders moest om een betere 'match' te genereren. Het Sunset-concept en het ontstaan ervan inspireerde ons tot een nieuwe strategie, die van de 'Value spaces'. We moedigen de medewerkers aan om op zoek te gaan naar concrete gebieden waarin we verbetering kunnen brengen of waarvan we afgeleide toepassingen kunnen bedenken. We zijn bereid om daar heel breed in te gaan. Zo proberen we ook de Idea Series aan de Mind Series te koppelen. Aan het einde van een Mind Series-sessie houden we een korte brainstorm over het gebrachte onderwerp. We vragen de deelnemers om de daaruit voort-



De banaan is de bijnaam voor een 'wall mount', waarmee het bevestigen van een flatscreentelevisie aan de muur een fluitje van een cent is.

tal ingebouwde filters zoals de toegevoegde waarde, Philips-competenties, kostenplaatje, klanteninzicht en zo meer, scheiden we de bruikbare ideeën van de voorlopig onbruikbare. Ideeën die in eerste instantie niet reali-

Series-sessies stelde een Philips-collega uit Drachten in Nederland het 'Wake-up light' voor. Dat is een soort visuele wekker die in plaats van enkel een auditief signaal te geven een zacht licht verspreidt dat langzaam feller wordt en uiteindelijk begeleid wordt door muziek. Op die manier word je op een zeer aangename en geleidelijke manier wakker." Het concept viel niet in dovemansoren bij Philips Brugge. De dag nadien stond op het forum al het idee om hetzelfde principe in te

spruitende ideeën op het forum te posten." De bijgestuurde aanpak resulteerde dit jaar in een tweede Innovatie Event met, aldus De Boe, nog betere ideeën. "Ik kan voorlopig niet verklappen om welke ideeën het gaat, maar ik kan wel zeggen dat er in de loop van 2010 zeker vier concepten in productie gaan. Het zijn stuk voor stuk waardige opvolgers van de banaan. De Value spaces-benadering heeft daar zeker bij geholpen."

■
Ivan Mervillie