

# Management-innovatie

Hoe staat het met de flexibiliteit en het innovatievermogen van uw organisatie? Voldoet het bestaande businessmodel nog wel? Wellicht vindt u het antwoord in deze boeken, uitgezocht door hoogleraar Henk Volberda.

## Innoveren kan ook op sociaal gebied

Bij innovatie wordt vaak gedacht aan de technologische kant van innovatie. De auteur van het boek *Reinventing Management*, Julian Birkinshaw, is één van de grondleggers van het concept 'management-innovatie'. In



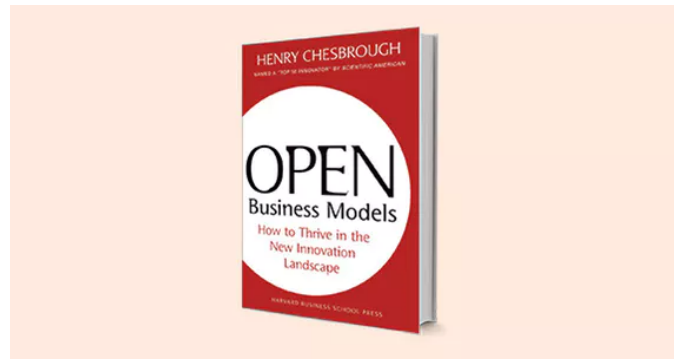
Nederland wordt dit concept ook wel sociale innovatie genoemd.

Eén van de aspecten uit het boek die mij aanspreken is de boodschap dat innovatie van het management zelf een voorname bron van concurrentievoordeel is. Veranderingen van managers in het 'hoe en wat' - dus hoe zij de koers van de organisatie bepalen, besluiten nemen, activiteiten coördineren en mensen motiveren - zijn daarin instrumenteel.

*Reinventing Management. Smarter choices for getting work done, Julian Birkinshaw, John Wiley & Sons Inc, 2012 (herziene versie), € 19,15.*

## Innoveren met de deuren en ramen open

In de snel veranderende, concurrerende en onvoorspelbare marktomgevingen van vandaag is louter zelfstandig innoveren vaak te tijdrovend, te risicovol en te duur.



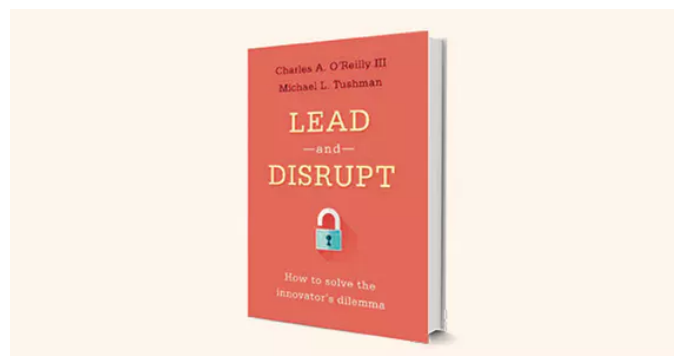
*Open Business Models* van Henry Chesbrough gaat in op de noodzaak en waarde van het openbreken van het innovatieproces, alsmede hoe organisaties hier invulling aan kunnen geven.

Het is interessant om te zien hoe een bedrijf als DSM dergelijke concepten al heeft toegepast. Mede via een Open Innovation Center en een mantra als 'proudly found elsewhere' geeft het hier invulling aan. Het is dan mooi om te zien dat Chesbrough ook DSM als voorbeeld aanhaalt.

*Open Business Models. How to thrive in the new innovation landscape, Henry Chesbrough, Harvard Business School Press, januari 2006, \$35.*

## Van slachtoffer naar initiator van disruptie

Het klakkeloos luisteren naar en gehoor geven aan de wensen van grote klanten is voor ieder bedrijf een recept om slachtoffer te worden van disruptie. Bedrijven springen dan te laat in op veranderingen die ze soms zelf



geïnitieerd hebben: Blockbuster, Kodak, Nokia en V&D kunnen hierover meepraten.

Het boek *Lead and Disrupt* biedt waardevolle inzichten aan bedrijven om te ontsnappen uit deze houdgreep en zelf disruptief te opereren.

Het boek gaat in op één van de voornaamste managementuitdagingen van vandaag: het combineren van succes op korte termijn - door

efficiëntie en incrementele veranderingen - met succes op de langere termijn - aan de hand van flexibiliteit, autonomie en experimenteren.

*Lead and Disrupt. How to Solve the Innovator's Dilemma, Charles O'Reilly en Michael Tushman, Stanford University Press, maart 2016, € 23,95.*



Henk Volberda

**Henk Volberda is hoogleraar Strategic Management & Business Policy aan de Erasmus Universiteit Rotterdam.**



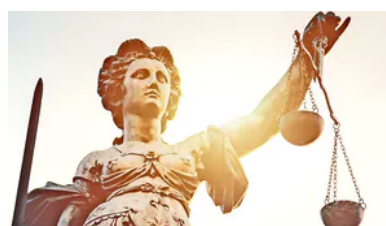
### Meest gelezen



Waterland koopt Nederlandse Energie



Aandeelhouders Value8 sceptisch over



'Nederlandse rechter oordeelt veel te mild