

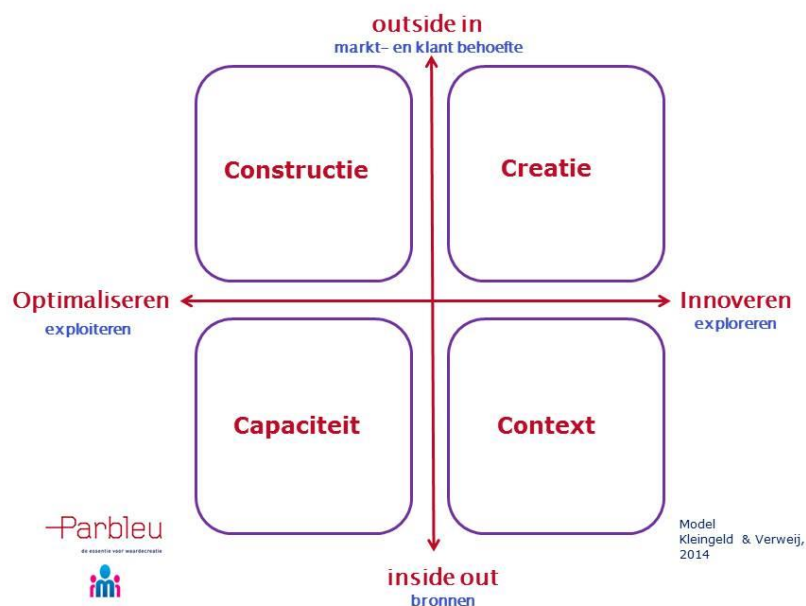
# Waardecreatie in samenwerking

Eén ding vooraf: we hebben het hier niet over informele netwerken, uitermate belangrijk in het MKB, maar over professionele netwerken. Ook deze kennen vele verschijningsvormen, het is handig om hier enige structuur in aan te brengen. Professionele ondernemersnetwerken vertrekken van twee verschillende uitgangspunten. Beiden leiden tot uitermate verschillende netwerken, met andere succesvariabelen en inrichting.

Welke verschillende dimensies typeren de kern van uw netwerk:

- is uw doel gericht op innovatie of op het slim exploiteren van bestaande business
- is uw uitgangspunt een markt- en klantbehoefte of het slim benutten van resources (door delen of inkoop)

Aan de hand van het onderstaande “netwerkprofiel model” werken we de 4 netwerk typologieën verder uit.



Netwerkprofiel-model, Waardecreatie in samenwerking / netwerken, model Kleingeld, Verweij 2014

## Inside out (van binnen naar buiten)

*Capaciteit:* verbreden of opschalen.

Partijen zijn al dan niet complementair. Samenwerken vanuit het bestaande om je productie(capaciteit) of verkoop (kanalen/capaciteit) op te schalen of om een breder (aanvullend) producten- of dienstenpakket te kunnen bieden.

*Context:* bestaande bronnen combineren tot iets nieuws ( 'omdat het kan' / push) Je creëert samen, vanuit ieders bestaande bronnen, kennis en kernkwaliteiten, voor en met elkaar een andere context en daarmee kansen voor innovatie (slim combineren van het bestaande =innoveren). Vaak crossovers tussen sectoren. Leidt tot nieuwe waarde proposities en nieuwe producten en diensten. Gebeurt vooral door pro-actief partijen aan de randen van de eigen netwerken of heel andere netwerken op te zoeken.

### **Outside in (van buiten naar binnen)**

*Constructie:* klant of markt vraagt: "regel het beter" (pull)

De markt of klant vraagt, met het oog op betere kwaliteit , regelgeving en/of lagere kosten, om een betere of slimmere samenwerking in de keten, in een sector of van een aantal (toeleverende) bedrijven. Integrale oplossingen. Voorbeelden: vleesketen (beter waarborgen kwaliteit), verpakkingsconvenant (milieu), gezamenlijke inkoop energie, pool onderlinge in- en uitleen van medewerkers, etc.

*Creatie:* ontwikkelen vanuit klantvraag: "wat de klant wil".

Samen doelbewust iets nieuws ontwikkelen vanuit een markt-, klant- of maatschappelijke vraag of behoefte. Voorbeelden: complex/samengesteld vraagstuk (zoals maatschappelijk thema als obesitas, koelhuis van de toekomst, langer thuis wonen),.

### **Van ... naar**

Netwerken ontwikkelen zich, deze dynamiek is hun bestaansgrond. Zo kunnen gespecialiseerde mkb-ers denkkracht en bronnen bundelen om een klantvraag in te vullen met een nieuw product of dienst. Dit is vaak gedreven door het vak of de techniek; innoveren vanuit 'wat er kan'. Wordt deze succesvol gekoppeld aan klant- en marktvragen (pull), dan schuift deze samenwerking al gauw op naar rechtsboven. Bijvoorbeeld bestaande producten in nieuwe markten, bestaande technologieën in nieuwe toepassingen en andere markten. Voorbeelden hiervan: serious gaming, Senseo (begon ooit in de kwadrant capaciteit en bewoog van creatie naar constructie).

Elk van deze netwerken vereist andere kwaliteiten en type besturing. Een op innovatie gericht netwerk functioneert wezenlijk anders dan een netwerk gericht op exploitatie.

U kunt met behulp van het model een profiel maken van uw netwerk

- wat is uw huidige positie?
- welke ontwikkeling hebt u voor ogen?
- hoe kunt u uw netwerk professionaliseren en ontwikkelen op basis van deze (nieuwe) focus?
- wat is daar voor nodig?
- past dit nog in de visie en plannen van de individuele partners?