



Boek: Innovatie & Succes van Patrick van Thiel

# Merkversterkend innoveren

**Innovaties die aansluiten bij de beleving van je merk,  
scoren het best. Marketeer Patrick van Thiel laat zien hoe  
je innovatiekansen eruit pikt die passen bij jouw merk.**

Tekst Alex van der Zwart

**H**et succes van een onderneming hangt nauw samen met het laten aansluiten van nieuwe producten, diensten en processen bij het merk en de associaties die het oproept. Innovatie moet dus merkgedreven zijn, maar hoe doe je dat?

*Innovatie & Succes* reikt in snel tempo verschillende 'gereedschappen' aan, met behulp van talloze puntenlijstjes, rijtjes en invalshoeken. Patrick van Thiel vangt al deze gereedschappen in een nieuw model van merkgedreven innovatie: een loop die loopt van identiteit en merk, via idee en creativiteit naar innovatie en marketing, en weer terug naar identiteit en merk. De eenvoud van dit model is meteen de kracht ervan. Het organiseren van creativiteit, ideeontwikkeling en innovaties is al lastig genoeg, en met deze cirkel kun je zelf in de gaten houden in welke fase je je bevindt met een bepaald idee.

De krenten in de pap zitten in het midden van het boek. Het derde hoofdstuk bevat de meest bruikbare aanwijzingen voor ondernemers die op zoek zijn naar manieren om ideeën en creativiteit te sturen. Het merk staat daarin natuurlijk centraal, dat zorgt voor inspiratie en houvast bij het ontwikkelen van nieuwe ideeën. Een scala aan bekende methoden passeert de revue: van het

breed inventariseren van ideeën (via bijvoorbeeld brainstorms) tot het kiezen van een duidelijke richting. Van Thiel adviseert hiervoor bijvoorbeeld de innovatietrechter,

die uit een groot aanbod van ideeën alleen de merkversterkende ideeën selecteert. Het merk, en de daaraan gekoppelde positie en kernwaarden, geldt zelf uiter-

## Over de auteur

**Patrick van Thiel** was in 2000 de oprichter van Van Thiel & Company, marketing- & innovatiearchitecten. Hij is een enthousiaste en gedreven manager en marketeer, maar ook een snelle en creatieve denker en doener. Zijn kracht ligt in het vertalen van concept en strategie naar de praktijk, met als motto: de klant is compagnon. Behalve auteur van *Innovatie & Succes* is Van Thiel ook coauteur van het boek *Corporate Designmanagement*.

*Innovatie & Succes*  
Patrick van Thiel  
Noordhoff Uitgeverij, 2009  
ISBN: 9789001768645





aard ook als een van de selectiecriteria. De uiteindelijk geselecteerde opties met slagingskans sluiten hierdoor automatisch aan bij het merk van de onderneming. En dat vergroot weer de kans op succes van de innovatie en uiteindelijk van de onderneming.

Een goed voorbeeld hiervan is Apple, dat er in slaagt om nieuwe producten van die typische Apple 'look-and-feel' te voorzien. Denk aan de iPod, de iPhone en de iPad. Duurzame ondernemers hebben voor hun dagelijkse praktijk echt iets aan dit boek. Het is prettig geschreven en biedt veel aanknopingspunten voor verdieping. De opdrachten sporen je direct aan om toepassingsmogelijkheden voor je eigen praktijk te bedenken bij de verschillende theorieën. Ik heb al verschillende post-its volgeschreven met ideeën waar ik direct mee aan de slag ga. Dat lijkt me voor meer ondernemers een goede reden om boeken lezen over innovatie en succes: ideeën opdoen die je direct in je eigen bedrijf kunt toepassen! ■ PEPPER

**Alex van der Zwart** werkt als duurzaamheidsadviseur, auteur en docent. Heb je een interessante boekentip? Mail hem naar: alex@concernz.nl

## PEPPER ★ boekenselectie Voor ondernemers, MVO-managers en ieder ander die op zoek is naar kennis en inspiratie.



### Verantwoord ondernemen door bedrijven

De student als junior consultant

**Dick van der Meijden**

Boek, paperback/126 blz. € 19,90

Nederlandstalig

Berghauer Pont Publishing/1e druk/2009

ISBN: 9789073875517

Wat kan een bedrijf in de praktijk doen als aan de slag wil met MVO? Dit boek pleit voor een stap-voor-stap-benadering: afbakenen van het uit te zoeken probleem, gegevens verzamelen, brainstormen over oplossingsrichtingen, kiezen voor de juiste oplossing via een besluitvorming met voldoende draagvlak en realiteitszin, en voorstellen doen om belemmeringen voor implementatie weg te nemen.



### Guerrilla Marketing Goes Green

Winning Strategies to Improve Your Profits and Your Planet

**J.C. Levinson, Shel Horowitz**

Boek, paperback/236 blz. € 17,24

Engelstalig

Wiley/1e druk/2010

ISBN: 9780470409510

Dit boek geeft u handreikingen om uw marketingkosten terug te dringen en tegelijkertijd uw omzet te vergroten. Dat kan als u uw bedrijf zo groen en ethisch mogelijk opzet. Uw klanten, leveranciers en zelfs concurrenten kunnen dan worden ingezet als uw onofficiële verkopers. Bovendien kunnen zo krachtige joint ventures ontstaan. Verder vindt u handreikingen voor de inzet van sociale media en blogs.



### Een gezonde krimp

De kredietcrisis en duurzaam bankieren

**Bert Heemskerk**

Boek, paperback/206 blz. € 17,95

Nederlandstalig

Balans/1e druk/2009

ISBN: 9789460031991

Aan het eind van zijn loopbaan raakt de topman van de Rabobank verzeild in de heftigste crisis in de financiële wereld sinds menschenheugenis. In 'Een gezonde krimp' schetst hij zijn persoonlijke visie op hoe het zover heeft kunnen komen. Heemskerk blikt ook vooruit. De financiële wereld krijgt met deze crisis namelijk ook een geweldige kans om beter en duurzamer uit de puinhoop te herrijzen.



### Jongleren met loyaliteiten

Het veelzijdige krachtenveld van de middenmanager

**Annemarie Mars**

Boek, ingenaaid/180 blz. € 29,75

Nederlandstalig

Van Gorcum/1e druk/2010

ISBN: 9789023246008

Middenmanagers onderhouden relaties met meerdere mensen boven, onder en naast hen. Soms wijzen alle belangen in dezelfde richting, vaak niet. Veel middenmanagers zal dan ook regelmatig het gevoel bekruipen dat ze moeten 'jongleren met loyaliteiten'. Hoe kunnen middenmanagers er in zo'n uitdagende context toch uithalen wat erin zit? Het boek is prettig leesbaar en is direct toepasbaar in de eigen praktijk.



### De innovatiemotor

Het versnellen van baanbrekende innovaties

**Marko Hekkert, Marjan Ossebaard**

Boek, ingenaaid/122 blz. € 22,95

Nederlandstalig

Van Gorcum/1e druk/2010

ISBN: 9789023246121

Waarom breken baanbrekende innovaties zo moeizaam door? In dit boek wordt een wetenschappelijke theorie gepresenteerd die ingezet kan worden om innovatieprocessen te versnellen. De voorbeelden zijn gebaseerd op baanbrekende energie-innovaties, maar de theorie en aanbevelingen zijn ook geschikt voor het versnellen van innovaties in andere sectoren.

## Direct online bestellen?

Of meer boeken vinden over duurzaamheid en MVO? Ga naar [www.pepperonline.nl](http://www.pepperonline.nl) of [www.managementboek.nl/uitgever/66/van\\_gorcum](http://www.managementboek.nl/uitgever/66/van_gorcum)