

Innovatie sterft niet aan slechte producten, maar aan eindeloze pilots



Felix Oudshoorn

Er is iets fascinerends aan de manier waarop we in onze sector omgaan met vertrouwen. Loop een willekeurige winkel binnen, koop een lamp, draai 'm in de fitting en je verwacht dat hij het doet. Geen pilot, geen testopstelling, geen evaluatierapport na drie maanden. Gewoon: aan en klaar. Zet diezelfde logica naast de praktijk van een fieldmanager en de wereld ziet er ineens heel anders uit. Groeilampen? Eerst een proefopstelling. Nieuwe grasmaaier? Testen in het veld. Innovatie? Graag — maar wel eerst een seizoen meekijken, vergelijken, bijsturen en opnieuw beoordelen.

'Hoe vaak kijken we niet naar zaken waarvan de uitkomst in de praktijk allang bewezen is?'

Dat is begrijpelijk. De impact van een verkeerde keuze is simpelweg groter. Waar een consument een miskoop incalculeert, kan een fieldmanager zich dat niet permitteren. Opbrengsten, planningen, budgetten en prestaties hangen ervan af. Een product moet niet alleen werken, het moet werken onder specifieke omstandigheden: bodem, gewas, gebruikintensiteit en integratie in bestaande processen. Testen is in die zin geen teken van onzekerheid, maar van professionaliteit. En toch wringt er iets. Want hoe vaak testen we nog iets waarvan de uitkomst in de praktijk al lang bewezen is? Hoeveel pilots zijn er niet vooral bedoeld om interne twijfel te managen, in plaats van echte technische onzekerheid weg te nemen? Wanneer wordt zorgvuldigheid een dekmantel voor uitstelgedrag?

Daar sluipt een mechanisme in dat zelden hardop wordt benoemd: risicocomfort. Niet het vermijden van risico, maar het eindeloos rekken van de beslissing. Nog een proef. Nog een evaluatie. Nog een referentiebezoek. Tot het moment dat niemand zich nog echt eigenaar voelt van de keuze. En precies daar verliest innovatie zijn tempo. De sector zit niet te wachten op roekeloosheid, maar ook niet op besluiteloosheid. De kunst zit in het maken van onderscheid. Wanneer vraagt een product echt om een praktijktest en wanneer is bewijs uit de markt voldoende? Wanneer voeg je waarde toe met een pilot en wanneer vertrap je alleen maar wat eigenlijk al duidelijk is?

'Daar ligt de echte uitdaging. Niet in méér testen, maar in beter kiezen'

Misschien moeten we onszelf vaker dezelfde simpele vraag stellen als in de winkel: werkt het aantoonbaar en reproduceerbaar en durven we daar vervolgens ook naar te handelen? Want uiteindelijk is dat de kern en daar ligt de echte uitdaging. Niet in méér testen, maar in beter kiezen wanneer testen zinvol is. Niet testen óf vertrouwen, maar weten wanneer je moet stoppen met testen en beginnen met kiezen.



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!