

Sanne van der Hagen is implementatieadviseur bij Buro Wisselstroom. In deze rubriek vertelt zij over een leerzame mislukking tijdens het implementeren.



Wiens probleem lossen we eigenlijk op?

DOOR SANNE VAN DER HAGEN ILLUSTRATIE ANNET SCHOLTEN

Bedoeling

Een programma waarmee mensen met een EMB niet meer hoeven te wachten.

Het leven van mensen met een Ernstig Meervoudige Beperking (EMB) bestaat vaak uit veel wachtmomenten. Om die momenten van wachten te verminderen hebben we (bij mijn vorige werkgever) een aantal jaar geleden op eigen initiatief een product gemaakt dat mensen zélf konden bedienen.

Samen met een groep mensen met EMB hebben we het programma ontworpen en uitvoerig getest. Ook de verwanten van deze mensen waren hier nauw bij betrokken. En het werkte! Op deze manier was het wachten voorbij en konden mensen met een EMB zichzelf vermaken. Via een touchscreen dat ook mensen met een beperkte handfunctie en mensen die slecht zien kunnen bedienen, konden ze spelletjes doen, of filmpjes en foto's bekijken.

Benadering

Nu zorgen dat iedereen van dit mooie product kan genieten!

Om het programma goed te laten werken hadden we een goed implementatieplan gemaakt. We hadden aan alles gedacht. Nu was het klaar voor de verkoop. Wat lag er nog in de weg om hier direct mee te beginnen?

Opbrengst

Een mooi product, maar wie brengt het naar de mensen?

Iemand vinden die het product wilde betalen. Dat lag er nog in de weg. En die persoon vinden dat lukte niet. Het bleek dat het 'wachten', niet als probleem werd ervaren door de mensen die moesten betalen. Dus kocht niemand het programma en kon er geen persoon met een EMB van genieten.



Lessen

1. Een innovatie moet een antwoord zijn op een urgent en belangrijk probleem.
We hadden degene die straks zou moeten betalen voor het product moeten vragen of hij of zij hier ook op zat te wachten. Voelt het wachten als urgent? Stem dus niet alleen af op je gebruikers, maar ook op je kopers!
2. Houd rekening met tijd. We hadden uit moeten vragen wat medewerkers ertoe zou bewegen om tijd te gaan investeren in dit mooie programma. Nu het hen geen tijd opleverde, verloren zij de motivatie om het echt in te gaan zetten.
3. Bedenk een goed verdienmodel. We bedachten een verdienmodel waarbij de organisatie betaalt. Omdat mensen met een EMB zelf niet snel software zullen kopen. Maar we vergaten de koper te vragen of er wel behoefte was aan ons product. Zolang de organisatie het niet koopt, kan niemand het gebruiken...

Meer lezen over de lessen die je kan leren van een mislukking? Lees de review van het instituut voor briljante mislukkingen: brimis.nl/public/project/38