



Marktanalyse of Fingerspitzengefühl ?

Deze maand aan mij de eer om in de nieuwsbrief mijn eigen verhaal te doen in het kader van de werkzaamheden die ik uitvoer bij Lara Engineering B.V. en Lara Inventing B.V. Als management assistente heb ik een zeer breed takenpakket. Deze diversiteit is wat mij vooral zo aanspreekt in deze functie. Maar natuurlijk zijn er altijd zaken die eruit springen. In mijn geval zijn dat 2 aspecten in het uitvindertraject.

In de eerste plaats is dat de ontmoeting met de bedenker van het idee. Het is bijzonder om te zien wie er nu eigenlijk achter dat idee zit. Het meest verrassend vind ik daarbij dat de stereotype uitvinder niet blijkt te bestaan. Het zijn mannen en vrouwen, jong en oud, hoger- zowel als lageropgeleid. De ideeën ontstaan bijna altijd vanuit het eigen gemis in privésfeer of vanuit het werk. Zo gebeurt het regelmatig dat de uitvinder een probleem wil oplossen met zijn



uitvinding, terwijl vele anderen geen probleem op dat gebied ervaren. Je zou het de blinde vlek van de uitvinder kunnen noemen, want doordat hij zelf zijn idee gewoon geniaal vindt, ziet hij alle nadelen en minder positieve aspecten over het hoofd! Vanuit zijn Fingerspitzengefühl voelt hij gewoon aan dat het een topper gaat worden. Wij moeten hem dan duidelijk maken dat een marktanalyse toch echt noodzakelijk is, voordat de grote investeringen worden gedaan.

En dit is dan het tweede onderdeel dat mijn bijzondere belangstelling heeft. Dat goede kennis omtrent de potentiële afnemers en de concurrerende producten enorm belangrijk is voor een goede inschatting van de haalbaarheid van het idee, lijkt voor ons een duidelijke zaak. De mensen die bij ons komen met hun idee, beseffen in veel gevallen niet dat

een traject, vanaf het idee tot aan de marktintroductie, veel geld kan kosten. Deze kosten moeten weer terugverdiend kunnen worden met de verkoop van het product. Om deze verkoopverwachtingen zo goed mogelijk in te kunnen schatten, zullen de afnemers, de concurrenten, de omgevingsfactoren (demografische ontwikkeling, economische ontwikkeling tec.) en de 4 P's . producteigenschappen, prijs, plaats en promotie- van het nieuwe product zo goed mogelijk in kaart gebracht moeten worden.

Het is prachtig dat de bedenker van een idee, de Uitvinder, zelf razend enthousiast is over zijn geesteskindje, en dat hij zich niet kan indenken dat anderen het idee niet net zo fantastisch zullen vinden. Maar helaas is dit Fingerspitzengefühl+ geen betrouwbare raadgever. Wel een perfecte drijfveer om door te kunnen zetten en van het idee een goed in de markt liggend product te maken waarbij het uitgangspunt altijd een degelijke marktanalyse zal moeten zijn!

Maar om heel eerlijk te zijn

ook ik bespeur bij mijzelf omtrent een ingezonden idee wel eens een apart gevoel in mijn vingertoppen