

Ingenieur wordt creativiteitscoach

Tweeëntwintig jaar als ingenieur bij één bedrijf werken en dan de stap zetten naar een eigen zaak. Velen dromen er misschien van, Dirk De Boe doet het. "Ik wil als ondernemer en creativiteitscoach bedrijven en scholen op het pad van innovatie zetten."

Tekst: Christine Huyge - Foto's: Ivan Mervillie

"Natuurlijk heb ik getwijfeld om full time zelfstandig te worden", zegt Dirk De Boe. "In ons gezin ben ik de enige kostwinner. Het financiële risico baarde me zorgen. In juli dit jaar heb ik de knoop doorgehakt. Mijn ervaringen van de laatste vijf jaar hebben mij het risico uiteindelijk doen accepteren."

Dirk De Boe verwijst hiermee naar een reeks activiteiten die hij ook buiten zijn job bij Philips en TPVision (een joint venture van TPV en Philips) uitoefende. Zo organiseerde hij vorig jaar – toen hij al een eenmanszaak in bijberoep had – het Edushock Leerfestival en nam hij hiervoor een behoorlijk financieel risico. Als co auteur en auteur bracht hij twee boeken op de markt, Edushock en Creashock, die behoorlijk wat weerklank kregen. Het idee voor een derde rijpt. Bij TPVision, waar de industrieel ingenieur elektromechanica sinds 2010 innovatiemanager was, organiseerde hij een innovatiefestival. En met lezingen over creativiteit en innovatie – een van zijn huidige activiteiten als zelfstandige – is hij ook niet aan zijn proefstuk toe. Op het World Creativity Forum van 2011 bijvoorbeeld verzorgde hij een presentatie over Edushock, het boek dat hij samen met Bernard Lemout en Peter Sprangers schreef.

Gelijk hebben vs. gelijk krijgen

"Voor de lezing op het Creativity Forum heb ik mij laten begeleiden door een presentatiecoach", vertelt Dirk De Boe. "Als je iets op een goede, pakkende manier brengt, is de helft van je project al geslaagd. Dat is een boodschap die bij veel ingenieurs nog niet is doorgedrongen. Zij gebruiken, als ze bijvoorbeeld een project verdedigen, graag puur rationele elementen. Die mogen uiteraard niet ontbreken. Maar de emotionele kant van de zaak – hoe je overkomt, wat je uitstraalt, hoe je je ideeën vormgeeft, de verhalen die je vertelt en de betekenis die achter je plannen steekt – is minstens even belangrijk. Gelijk hebben is niet genoeg, het komt erop aan gelijk

te krijgen. Creatieve processen komen daarbij goed van pas."

Een van die processen is staan zoeken bij anderen voor je idee. "Vroeger trachtte ik vaak in volle vergadering een project of budget erdoor te krijgen. Dat is niet de beste strategie. Het is beter om de belangrijkste beslissingnemers eerst apart te spreken en hen je voorstel voor te redeneren. Je krijgt op die manier niet alleen suggesties voor verbetering, de peesten schuiven al een eind mee op in jouw richting. Op het beslissende moment is het dan veel gemakkelijker om de go die je nodig hebt ook effectief binnen te halen."

"Gool ook nooit te veel argumenten op tafel", waarschuwt Dirk De Boe zijn collega ingenieurs aan. "Meestal zit er een bij dat wat zwakker is, en daar wordt dan de aanval op ingezet. Hoe sterk de andere redeneringen ook zijn opgebouwd. Als je veeloverwogen kiest en weet hoe beslissingen worden genomen, is één sterk argument vaak genoeg om iemand te overtuigen. Als je tegenover de ceo zit, kan het slim zijn om bijvoorbeeld het element veiligheid uit te spelen."

Beslissen op basis van onzekerheid

Samenwerken is essentieel om in een innovatieve economie voorwaarde te realiseren en kennis te genereren die nog niet bestaat, meent Dirk De Boe. Ook in een productontwikkelingsproces is het een onmisbare competentie. Zeker in het voortraject is het cruciaal om vanuit verschillende hoeken en langs informele, onconventionele wegen samenwerking te zoeken om een idee of prototype alle kansen op slagen te geven.

"Dit soort samenwerking ligt ingenieurs – vanuit hun specifieke profiel en opleiding – minder. Hun voorkeur gaat uit naar een gestructureerde, projectmatige manier van samenwerken, volgens de uitgetekende structuren en kanalen. Daar is niets mis mee. Integendeel: het is een manier om een idee of voorstel efficiënt in de prak-

"Ik geloof enorm in de kracht van deadlines. Als je een datum hebt waartoe je je verbindt, dan wordt het onmogelijke mogelijk."



Innoveren zonder veel te investeren

Dirk De Boe helpt KMO's bij het uittekenen van innovatietrajecten.

"Innoveren doe je het best door middel van eenvoudige ingrepen, die geen of slechts geringe financiële inspanningen vragen."

Tien tips van de ingenieur-innovatiespecialist

1. Verzamel een massa ideeën

Hoe meer ideeën, hoe meer kans op een schitterende vondst. Organiseer inspiratie- of brainstormsessies, maar moedig medewerkers ook aan om individueel ideeën te ontwikkelen.

2. Werk aan je netwerk

Maak gebruik van het intranet, internet en alle sociale media om de ideeënstroom te voeden.

3. Hou het concreet

Definieer focusgebieden nauwgezet en vraag medewerkers expliciet naar nieuwe oplossingen voor de gedefinieerde thema's.

4. Observeer

Weet hoe klanten je producten gebruiken en met welke aspecten ze problemen hebben. Achterhaal, liefst via observatie in hun eigen omgeving, hoe ze de knelpunten aanpakken en oplossen.

5. Volhard

Elke innovatie borst op tegenstand. Probeer opposanten op een positieve manier te betrekken bij nieuwe concepten. Soms is de tijd niet rijp voor een idee en volstaat het te wachten op een gunstiger tijdstip.

6. Doe

Het is de actie die telt. Breng je idee stapsgewijs in de praktijk, ook al heb je nog geen welomlijnd idee van het einddoel. Maak van bij de start prototypes en hou demosessies. Zo wint het idee aan waarde.

7. Werk aan een gezonde bedrijfscultuur

Straf risico's nemen niet af. Toon respect voor zowel creatievelingen als voor medewerkers die zorgen dat de concepten de productieband halen.

8. Imiteer en leer

Aarzel niet om ideeën uit andere omgevingen te vertalen naar je eigen werkgebied. Bezoek bedrijven, woon lezingen bij, laat leveranciers meedenken, installeer een innovatiebibliotheek in je bedrijf.

9. Grijp het moment

In *Marketing Outrageously* heeft Jon Spoolstra het over 'the horse of opportunity'. Dit paard staat symbool voor een kans die zich slechts zelden aandient. Leer zo'n kans zien en grijp ze.

10. Erken de inspanningen

Erken en waardeer bedenkers én uitvoerders van een idee. Niet-financiële beloningen werken het best. Zet waardevolle initiatieven in de kijker, door bijvoorbeeld een interne innovatiebeurs te organiseren of via een 'wall of fame'.

tijk om te zetten en tijdig aan de meet te geraken." Toen Dirk De Boe bij Philips Brugge de mechanische ontwikkelingsafdeling leidde, bestond zijn team uit zowel ingenieurs als industriële vormgevers. "Tierdoor creëer je een ideale mix van competenties en voorkeuren, rationaliteit en emotionaliteit, en kom je als team beslagen op het ijs." Zo'n team is misschien ook beter in staat om beslissingen te nemen op basis van onzekerheid. "Als je wacht tot alle elementen beschik-



"Als je wacht tot alle elementen beschikbaar zijn, is het te laat en is je concurrent al met het idee gaan lopen."

baar zijn, is het te laat en is je concurrent al met het idee gaan lopen. Knopen doorhakken als niet alle info voorhanden is, is voor een ingenieur nog steeds een moeilijke horde. Toch is het in het huidige bedrijfsklimaat stilaan een onmisbare competentie."

Ideeën in de praktijk omzetten

"Met mijn traject als zelfstandige keer ik voor een stuk terug naar mijn jeugd", mijnert De Boe. "Ik had interesse in literatuur, reizen, muziek, film, filmregie zelfs. Voor mijn omgeving waren dat vreemde keuzes. Mijn broer wilde bio-ingenieur worden, mijn neef burgerlijk ingenieur. Dus ging ik ook dat pad op."

Van die beslissing heeft hij nog geen seconde spijt gehad. "Sterker: ik pluk er elke dag de vruchten van. Mijn rationele, structurele reflexen zorgen ervoor dat ik mijn ideeën ook omzet in de praktijk. Zelfs de prachtigste hersenspinsels blijven dode letter als je ze niet concreet en levend weet te maken, en dat krijg je als ingenieur toch met de paplepel mee."

Gewerkt hebben in een projectgedreven organisatie als Philips helpt natuurlijk ook om een mens een meer dan gezonde dosis dadendrang te bezorgen. "We werkten vaak voor de autosector en voor verleisende klanten als VW, BMW, Bang & Olufsen. We konden het ons niet permitteren om projecten op zijn beloop te laten. Ik geloof sindsdien enorm in de kracht van deadlines. Als je een datum hebt waartoe je je verbindt, dan wordt plots het onmogelijke mogelijk. Ooit kregen we bij Philips een audit van BMW, dat de slechte verlichting boven een van onze productielijnen aankaartte. We moesten het euveld aanpakken om een volgend order te kunnen binnenhalen. Wat intern al jaren aansleepte, was plots op één dag verholpen."



Meer info op: www.ie-net.be/ilya201309