



Heb je een reden nodig om te innoveren? Citrix-onderzoek ontdekt er ruim een half biljoen

Uit recent onderzoek blijkt dat de implementatie van nieuwe technologie en werkmethoden het afgelopen jaar heeft geleid tot een extra omzet van \$678 miljard in alle sectoren.

#

Amsterdam, 2 november 2021 – Uit het nieuwste onderzoek van [Citrix Systems, Inc.](#) (NASDAQ: CTXS), [The Era of Hyper Innovation](#), blijkt dat investeringen in nieuwe technologieën en flexibele werkmodellen wereldwijd een omzetstijging hebben opgeleverd van \$678 miljard (ruim 580 miljard euro) in uiteenlopende sectoren. In Nederland wordt deze stijging geschat op \$29 miljard (bijna €25 miljard). En er is vrij baan voor aanhoudende groei.

"Innovatie gebeurt niet per ongeluk", zegt Tim Minahan, Executive Vice President of Business Strategy bij Citrix. "Bedrijven die werknemers met de juiste technologie en werkmodellen in staat stellen optimaal te presteren, kunnen profiteren van de voordelen die uit dit onderzoek naar voren komen."

Innovatie in sneltreinvaart

Persoonlijke samenwerking en succesvolle innovatie waren vroeger synoniem. Maar technologie heeft dit veranderd, zo blijkt uit The Era of Hyper Innovation.

- Bijna negen van de tien deelnemende managers geeft aan dat de uitrol en ingebruikname van nieuwe, hybride tools de manier waarop individuen en teams communiceren enorm heeft verbeterd.
- 80% verwacht dat hun organisatie de komende 12 maanden een fase van 'hyperinnovatie' ingaat, met meer ideeënvorming dan ooit.

Anders denken over samenwerken

Bij gebrek aan face-to-face communicatie hebben werknemers nieuwe manieren gevonden om met elkaar in contact te blijven. Volgens de respondenten verbetert hierdoor de samenwerking tussen individuen en teams aanzienlijk en wordt er meer geïnnoveerd.

- 93% van de respondenten gelooft dat de toename in digitale samenwerking ertoe heeft geleid dat meer verschillende stemmen uit de organisatie, en daarmee een groter aantal ideeën, worden gehoord.
- 80% geeft aan dat ze zelf tijdens de pandemie met creatievere ideeën kwamen, omdat ze meer tijd hadden om na te denken.

Groei stimuleren

Voor de pandemie waren traditionele mechanismen zoals klantwerving, uitbreiding naar nieuwe markten en extra marketingactiviteiten de belangrijkste aanjagers voor groei. Maar nu schrijven de respondenten bijna de helft van de bedrijfsgroei in het afgelopen boekjaar toe aan innovatie. Als belangrijkste groeifactoren benoemen ze:

- Ingebruikname van nieuwe technologie: 16%
- Nieuwe producten en/of diensten: 14%
- Nieuwe manieren van werken: 14%
- Klantwerving: 12%
- Uitbreiden marktaandeel/betreden van nieuwe markten: 12%
- Extra marketingactiviteiten: 11%
- Nieuwe partnerships: 10%
- Fusies en acquisities: 4%

Om maximaal van deze trend te profiteren, verleggen managers hun aandacht naar nieuwe producten en diensten. Van de ondervraagden zegt 69% hun investeringen in R&D de komende 12 maanden te zullen verhogen. 28% wil het huidige niveau handhaven, terwijl slechts 3% van plan is de investeringen te verlagen.

“Als de coronapandemie iets heeft bewezen, is het wel dat innovatie overal kan gebeuren”, zegt Minahan. “Hoewel managers eerst nog skeptisch waren, erkennen ze nu de voordelen van hybride werk en omarmen ze dit model, samen met de tools en processen die werknemers altijd en overal laten werken en innoveren.”