

- Idéene er alltid der, vi ser dem bare ikke...



Bruce Dickinson er, i tillegg til å ha enorm suksess som vokalist i et av verdens største rockeband, også en suksessrik forretningsmann og gründer, inspirator innenfor ledelsestanking, markedsdirektør og pilot.

- Jeg hater kunder. Fordi kunden har et valg. Kunden kan forlate. I stedet ønsker jeg fans. Når slutter du å være en fotballfan? Da er du ikke en kunde, du er en fan!

Den legendariske Bruce Dickinson, vokalist i rockebandet Iron Maiden, hadde flere gullkorn til forsamlingen, da han entret scenen under Smelteverket i Momek-hallen. Han er en meget engasjerende og god forteller, og foran et stort publikum fikk han presentert en rekke eksempler til ettertanke. Og det var kanskje hovedhensikten hans – å få de fram møtte til å tenke over ting på nytt, og å se annerledes på det vi omgår oss med i det daglige.

Innovativ rockeikon

Årets Smelteverket ble gjennomført som en stor konferanse om innovasjon og framtid. Bruce Dickinson er, i tillegg til å ha enorm suksess som vokalist i et av verdens største rockeband, også en suksessrik forretningsmann og gründer, inspirator innenfor ledelsestanking, markedsdirektør og pilot. Han står bak flere prosjekt som skaper hundrevis av nye arbeidsplasser, og han deler raust av sine kreative ideer og ledelsestanker med næringsliv og andre. På Smelteverket møtte han rundt 700 personer, fra næringsliv og studenter fra Rana. Han fortalte forsamlingen at det er to typer innovasjon; det er når du finner opp noe helt nytt, og det

er når du gjør eksisterende ting enklere. - Det handler om de store forandringene, om hvordan vi behandler ting slik at vanlige folk kan leve livene sine litt bedre, litt mer behagelig, og litt enklere, sa Bruce Dickinson.

Mennesket først og fremst

Et svært viktig poeng for Bruce Dickinson var: Du må alltid tenke på kunden! På kunden som en virkelig person, i den virkelige verden.

Og han var opptatt av å få fram at vi alle vil være sammen med andre folk, og vi vil oppleve ting. - Det er bedre å være tilstede i virkeligheten enn å se på YouTube, sa han.

Ikke minst når det oppstår feil.

Dickinson la vekt på at stemmen er et svært godt alternativ, og den trenger ingen oppgradering.

- Den er en ressurs som er underkjent.

Tenk på at det beste er å treffe andre ansikt-til-ansikt, og løse ting sammen gjennom brainstorming, sa han.

Trenger vi alltid en markedsundersøkelse?

Bruce Dickinson brukte flere historiske eksempler på nyskaping, som kundene ikke visste at de hadde behov for.

Han mente det ikke alltid er slik at man trenger en markedsundersøkelse. Er produktet revolusjonerende, så får man ikke noe fornuftig svar på spørsmål om behov. Her trakk han fram flere eksempler som skapte både latter og ettertanke.

- Det gir oss en aha-opplevelse når vi forstår noe helt nytt, sa han, og viste til at mange innovasjoner er slike som gir oss aha-opplevelser innenfor felt vi ikke forventet slike løsninger.

- Slike idéer forandrer ting, slik at folk tror det skal være slik.

Idéene er der alltid. Vi ser dem bare ikke, sa Bruce Dickinson, som høstet stor applaus under Smelteverket i Mo i Rana.

Om du vil vite mer, så gå inn på:

www.catwork.no



Den legendariske Bruce Dickinson, vokalist i rockebandet Iron Maiden, hadde flere gullkorn til forsamlingen, da han entret scenen under Smelteverket i Momek-hallen. Bildet er fra en av hans rockekonsserter.