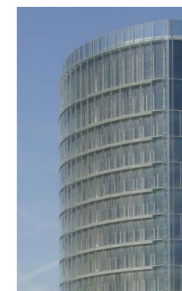




AKO DOSIAHNUŤ KONKURENČNÚ VÝHODU CEZ INOVÁCIE

Ján KOŠTURIAK

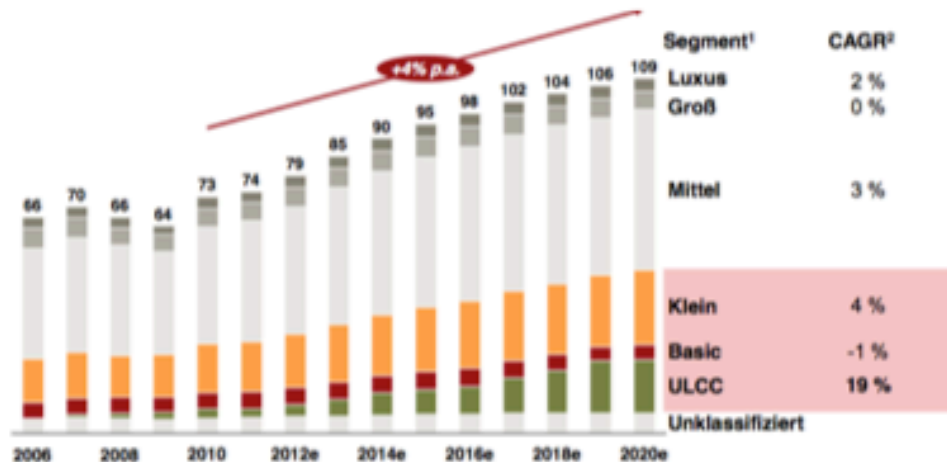
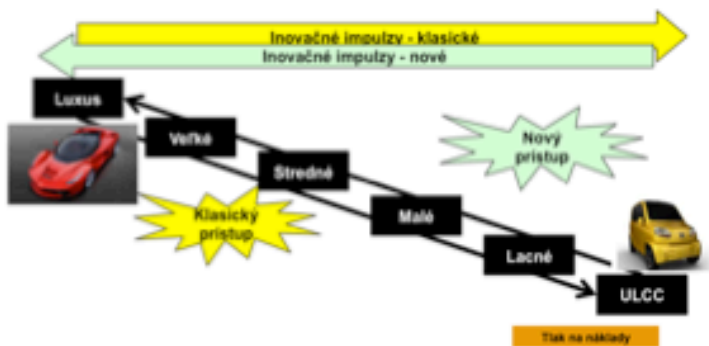


Program

- **Zmeny a trendy okolo nás**
- **Čo sú inovácie a ako ich robia úspešné firmy?**
- **Podnikateľský model a inovačná stratégia**
- **Zdroje inovácií v podniku a galéria inovačných riešení**
- **Inovačné postupy a metódy - prehľad**
- **Ako premeniť impulzy a nápady na úspešný biznis?**
- **Inovačné princípy**
- **Príklady**
- **Domáca úloha – vytvorte inovačný projekt**

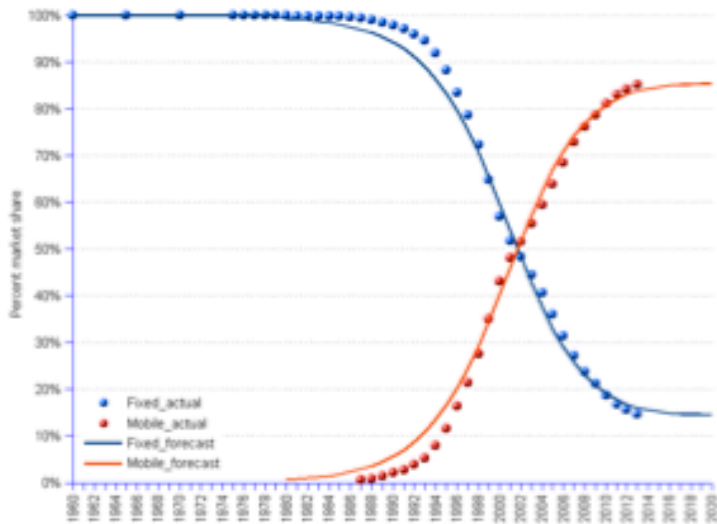
Ako dosiahnuť konkurenčnú výhodu cez inovácie

Trendy



1. Klassifizierung: Luxus = E2F, Groß = DE1, Mittel = C, Klein = B, Basic = A, ULCC = Sub-A
 2. Compound Annual Growth Rate 2010-2020
 Quelle: A. T. Kearney Prognose

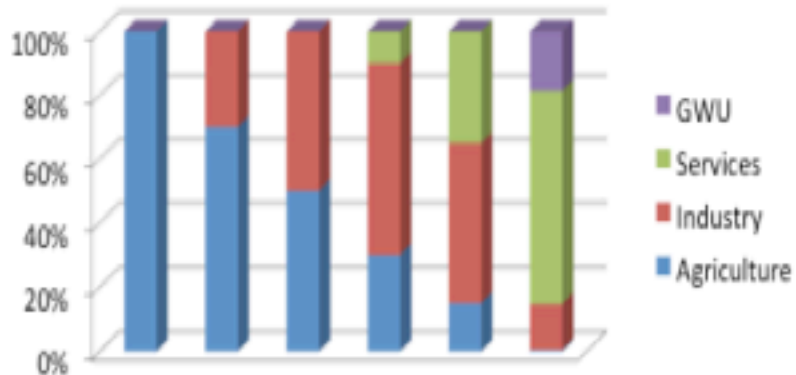
A.T. Kearney 10/11/2012/02/13/14



55 Mld USD

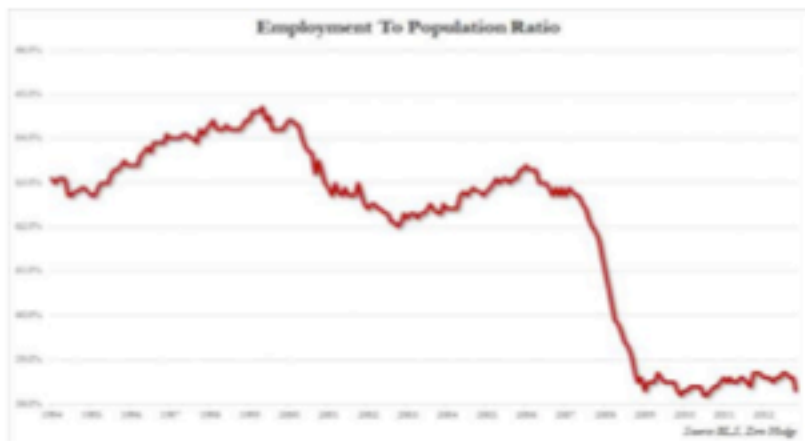
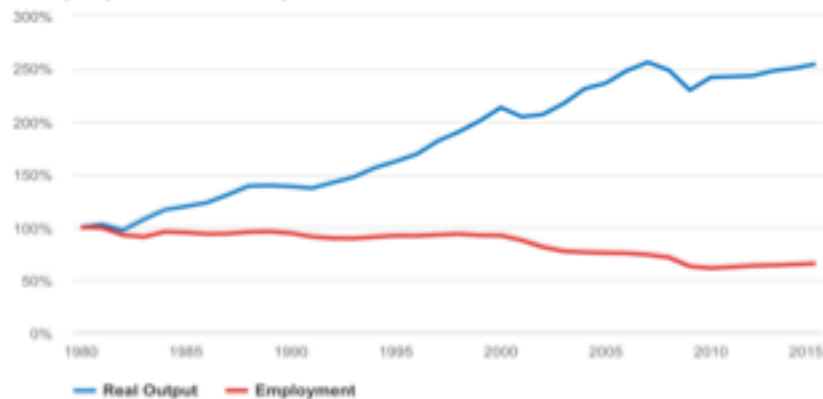


Trendy

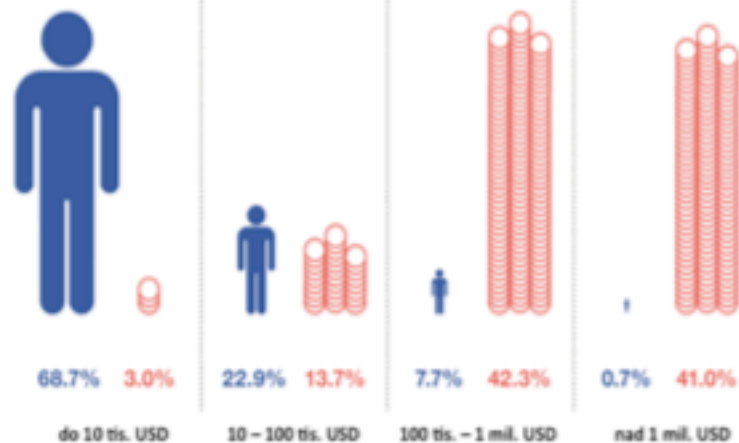


More Output, Less Employment

The manufacturing sector has gotten more productive, while giving fewer people jobs (compared to 1980 levels).



Priepasť medzi chudobnými a bohatými

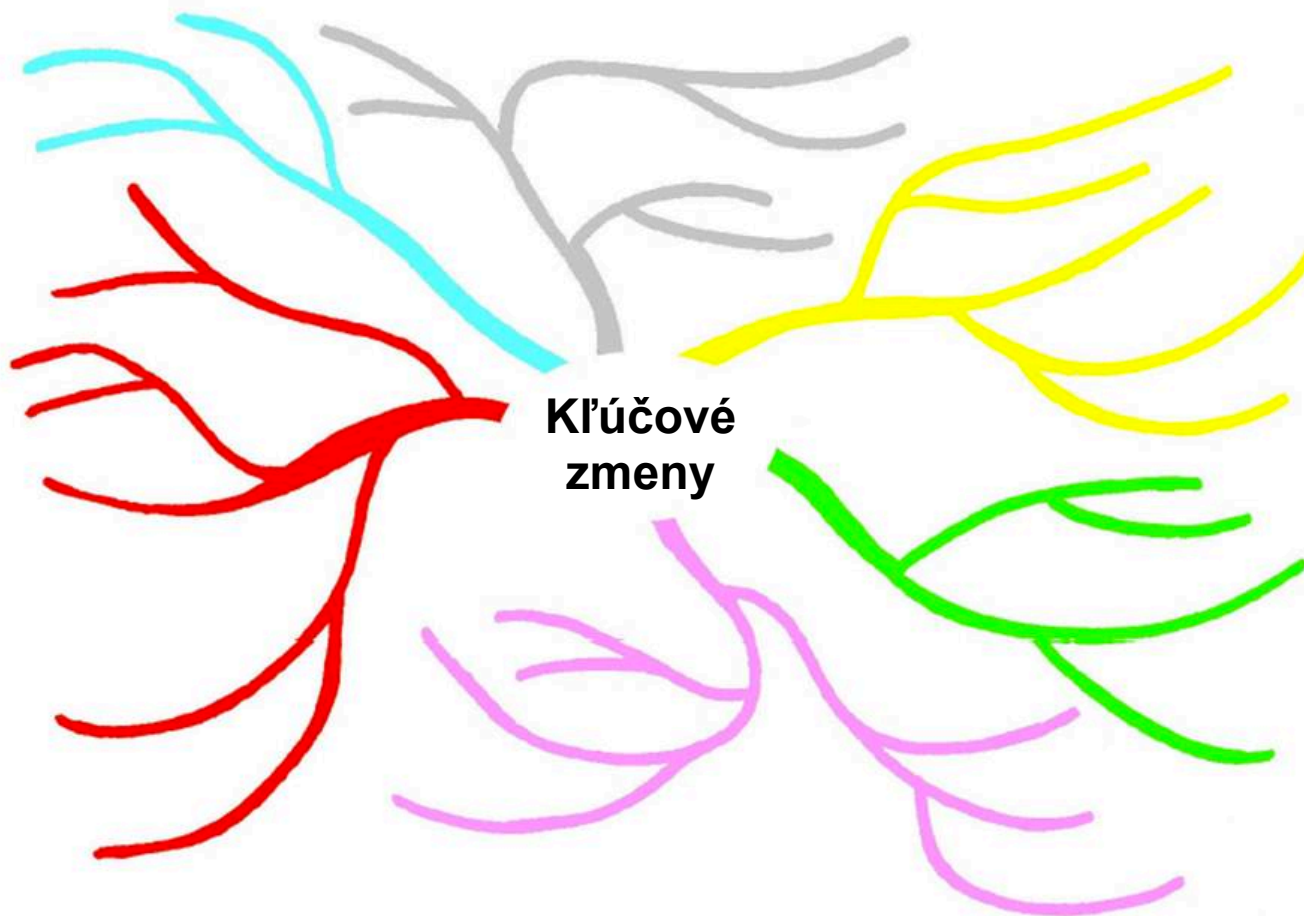


Definujte trendy

Technika

Hodnoty

Podniky

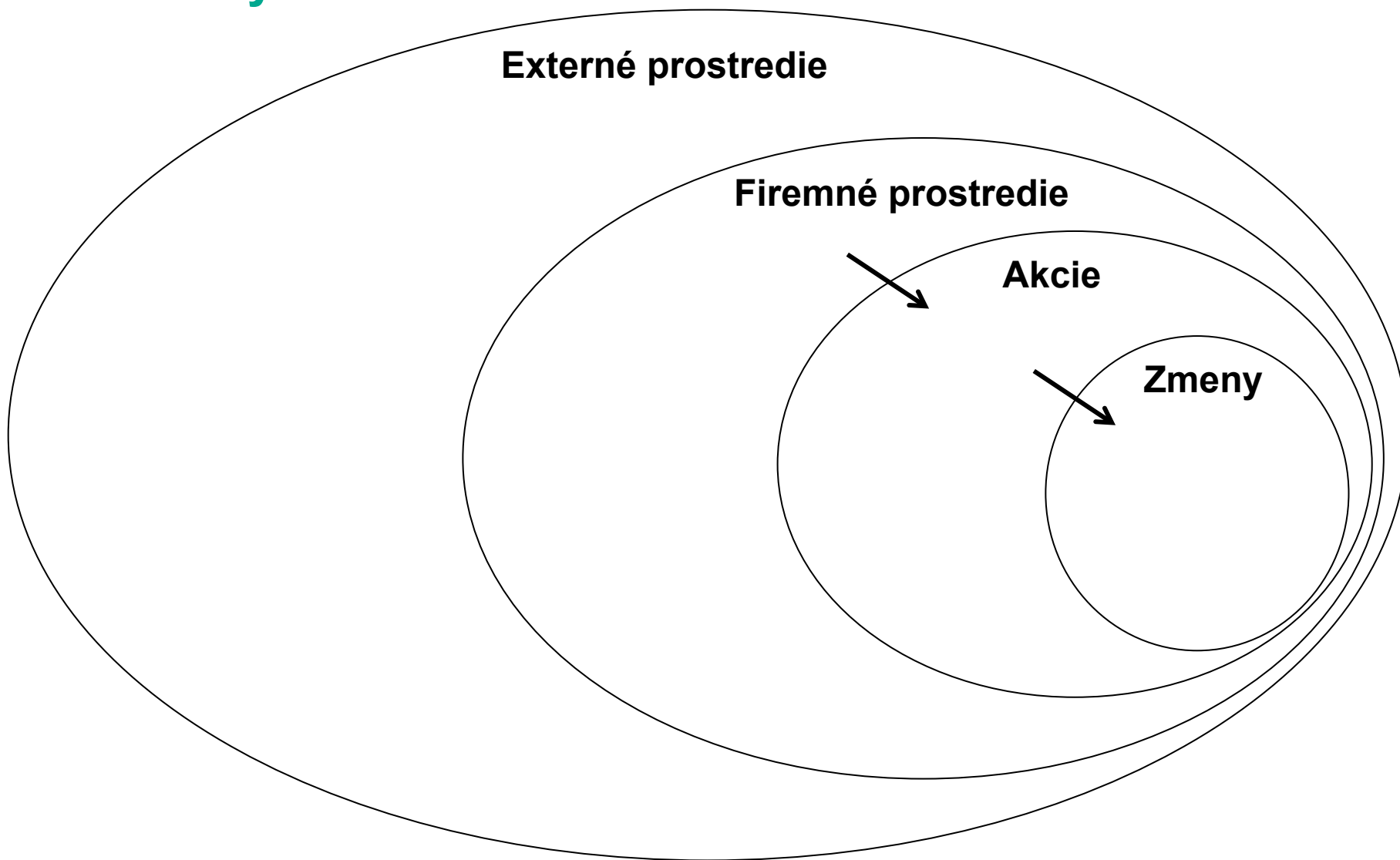


Ľudia

Príroda

Spoločnosť

Následky trendov



1. Individualizácia



2. Samoobsluha



3. Redukcia medzičlánkov



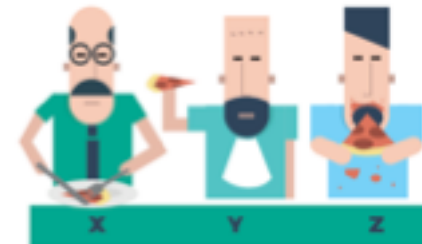
10. Slušná firma



9. Fungovanie v kruhu



8. Zmeny správania ľudí



7. Siete a ekonomika zdieľania



Ako ovplyvňuje daný trend a váš biznis?

4. Lokálna ekonomika a decentralizácia



5. Prelomové technológie



6. Digitalizácia



Zhrnutie niektorých trendov

1. **Všetko on line a vzájomne prepojené**
2. **Smart, adaptívne samoriadenie v reálnom čase, učenie sa a umelá inteligencia**
3. **Individuálne a samoobslužné riešenia**
4. **Nové formy komunikácie a ovládania systemov – mobilné aplikácie, rozšírená realita, pohyby, hlas, myseľ**
5. **Mnohé tradičné pojmy z výroby a logistiky zaniknú – výrobná dávka, čas na prestavenie stroja, linka**
6. **Kontrola na diaľku, teleservis**
7. **Robotika a automatizácia prepojená s ľuďmi, kooperatívne roboty a virtuálni avatari**
8. **Globálny prenos informácií a lokálna výroba a spotreba, mini fabriky, mobilné fabriky**
9. **Digitálne a virtuálne dvojčatá**

Trendy a vy

<p>Dodávatelia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spoločné inovačné workshopy • Dodávateľ je súčasťou výroby • Samoobsluha • Bez medzičlánkov • Dôvera a vzájomná pomoc 	<p>Procesy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rýchla reakcia • Pružnosť • Sieť • Autonómia • Chybu-vzdornosť • Modularita • Jednoduchosť • Bez medzičlánkov 	<p>Hodnotová ponuka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rýchlosť • On line • Pružnosť • Komplexnosť • Profesionálnosť • Ekologickosť • Výnimočnosť • Spoľahlivosť • Presnosť • Produktivita • Emócie • Dizajn • Digitálne • Jednoducho • Individuálne • Na mieru • Lacno • Efektívnosť • Bezpečnosť 	<p>Vzťahy, komunikácia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osobný vzťah • On line pomoc • Internet • Virálne reklamy • Dôvera a slušnosť • Odbornosť • Emócie • Vyriešim 	<p>Zákazníci</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individualizácia • Nízka lojalita • Generácie Y a Z • Zdieľanie • Spoločenské siete • On line • Odlišnosť • Ekologičnosť • Dôvera • Zdravie • Strieborná ekonomika • Transparentnosť • Hodnota času • Stratený v informáciách • Obet' zložitosti • Niekam patrí • Dobré skutky • Luxus² • Zadarmo • Extra zážitky
<p>Náklady</p>		<p>Výnosy</p>		

Trendy a ich interpretácia do našich podnikov

1. Redukcia medzičlánkov
2. Rýchlosť
3. Flexibilita
4. Decentralizácia
5. Prelomové inovácie
6. Zdieľanie
7. Samoobsluha
8. Automatizácia
9. Inteligentné siete, IoT
10. Lokálna výroba
11. Individualizácia
12. Generácia Y a Z
13. Fungovanie v kruhu
14. Aditívne technológie
15. Nové materiály
16. Virtuálne systémy
17. Návrat ku koreňom

1. Priama komunikácia, zodpovednosť
2. Pochopenie, orientácia, proaktivita
3. Príprava na zmeny, antikrehkosť
4. Samostatnosť, podnikateľstvo
5. Flexibilita, adaptácia
6. Dôvera, sieťovanie
7. Sebarozvoj, zodpovednosť za život
8. Nová organizácia práce
9. Samoobsluha, nové povolania
10. Podnikanie v regióne, spolupráca
11. Konfigurátory, internet vecí
12. Kreatívne tímy, sloboda v práci
13. Recyklácia, eliminácia škodlivého
14. Globálne data, lokálne produkty
15. Príležitosti a trendy
16. Spolupráca na diaľku
17. Princípy, dôvera, slušnosť

Workshop – zničte biznis svojich spolužiakov

- 1. Popíšte biznis vašej firmy, trendy a zmeny, ktoré v ňom prebiehajú**
- 2. Popíšte príčiny, prečo tento biznis existuje**
- 3. Popíšte scenáre a zmeny, ktoré môžu nastať (zmeny ľudí, technológií, spoločnosti a biznise, konkurenti z vlastného alebo z iných oborov, nové trendy a biznis modely) a spôsobia zánik vašej firmy**
- 4. Navrhnite opatrenia, ako tomuto zániku zabrániť**
- 5. Presentujte výsledky**

Ako dosiahnuť konkurenčnú výhodu cez inovácie



Tri inovácie
od žiakov
pána
profesora
Zeleného

Relokalizácia,
digitalizácia,
individualizácia,
eliminácia
medzičlánkov,
modularita,
aditívna výroba,
samoobsluha

Prvá diagnóza našej firmy zákazníci

1. Majú naši zákazníci voči nám lepšie alternatívy?
2. Viem presne, čo budú v budúcnosti potrebovať?
3. Bude trh našich zákazníkov rásť?
4. Poznáme trendy na trhu našich zákazníkov?
5. Bude môj biznis u nich rásť?
6. Aká je ich spokojnosť s našou a konkurenčnou hodnotovou ponukou?
7. Sme pripravení na nové požiadavky od našich zákazníkov?
8. Vieme pozitívne prekvapiť našich zákazníkov, alebo iba pasívne plníme ich požiadavky?
9. V čom sme lepší a v čom zaostávame voči lídrom na trhu?
10. Ako vnímajú zákazníci našu firmu?
11. Aké sú nové príležitosti a ohrozenia na trhu?

Prvá diagnóza našej hodnotovej ponuky

1. V čom sme lepší ako ostatní?
2. Je táto naša konkurenčná výhoda dlhodobu udržateľná?
3. V čom zaostávame?
4. Cítíme stále väčší tlak na cenu a znižovanie marže?
5. Máme v našej hodnotovej ponuke niečo úplne výnimočné?
6. Vníma to tak aj zákazník?
7. Čo sme v našej hodnotovej krivke zlepšili v posledných rokoch?
8. Čo chceme v našej hodnotovej krivke zlepšiť v nasledujúcich rokoch?
9. Robíme v našej firme inovácie?
10. Máme pripravené kroky na zlepšenie našej hodnotovej krivky?

Diagnóza komunikácie a doručovania hodnoty

1. Komunikujeme s našimi zákazníkmi tak, že budujeme vzťah dôvery a dlhodobej spolupráce a poznáme ich stratégie?
2. Je zákazník vtáhovaný do pozitívnych zmien v našej firme?
3. Prebieha doručovanie našej hodnoty zákazníkovi bez chýb, reklamácií?
4. Je náš zákazník iba spokojný alebo nadšený?
5. Máme vytvorený komunikačný nástroj k zákazníkovi, kde mu môžeme prezentovať naše výrobky a služby a spoločne konfigurovať zákaznícke riešenia?
6. Máme osobné stretnutia so zákazníkmi (návštevy, zákaznícke dni, workshopy, semináre, konferencie) ?
7. Využívame v komunikácii dostatočne nové nástroje – napr. virtuálna a rozšírená realita, internet, spoločenské siete, mobilné aplikácie a pod?

Diagnóza procesov

1. Sú naše procesy stabilné, nedochádza v nich k rozptylu a abnormalitám?
2. Existuje v našich procesoch každodenný systém zachytávania a riešenia problémov (problém, príčina, riešenie, kontrola), ich eskalácie a odstraňovania tak, aby nedochádzalo k opakovaným chybám?
3. Klesá v našich procesoch plytvanie, dochádza k ich skracovaniu a znižovaniu nákladov?
4. Sú naše procesy dostatočne pružné s ohľadom na zmeny sortimentu a množstiev?
5. Sú naše procesy transparentné a chybuvozdorné?
6. Sú naše procesy dostatočne rýchle a efektívne v porovnaní s konkurenciou?
7. Máme pripravené plány ako ďalej inovovať naše procesy?

Diagnóza strojov

1. Sú naše stroje dostatočne pružné a efektívne využívané?
2. Meriame efektívnosť využitia našich kľúčových zariadení v reálnom čase a robíme okamžité opatrenia?
3. Sú pracoviská v našom podniku čisté, správne usporiadané a zorganizované?
4. Sú naše stroje a pracoviská správne diagnostikované a udržiavané v optimálnom stave?
5. Zodpovedajú naše stroje a zariadenia požadovaným technickým trendom v našom biznise?
6. Sú naše zariadenia a pracoviská vybavené signalizáciou abnormalít, vizualizáciou a chybuozdornými systemami?
7. Zaoberajú sa pracovníci sledovaním strojov, ich diagnostikou a zlepšovaním?
8. Sledujeme najnovšie trendy v našich a príbuzných technológiách?

Diagnóza ľudí

1. Máme v podniku viac pasívnych vykonávateľov alebo aktívnych spolupodnikateľov?
2. Sú naši spolupracovníci dostatočne kvalifikovaní, motivovaní a pružní s ohľadom na stále sa meniace požiadavky?
3. Dokážu naši ľudia spolupracovať a konštruktívne riešiť problémy?
4. Baví ich práca ktorú robia?
5. Zlepšujú naši ľudia veci okolo seba, učia sa a rozvíjajú svoje schopnosti?
6. Dokážu spolu jednotliví ľudia a oddelenia správne komunikovať a riešiť konflikty?
7. Vedia naši ľudia prekonávať prekážky, prispôbovať sa zmenám a riešiť zložité a neočakávané situácie?

Diagnóza partnerov

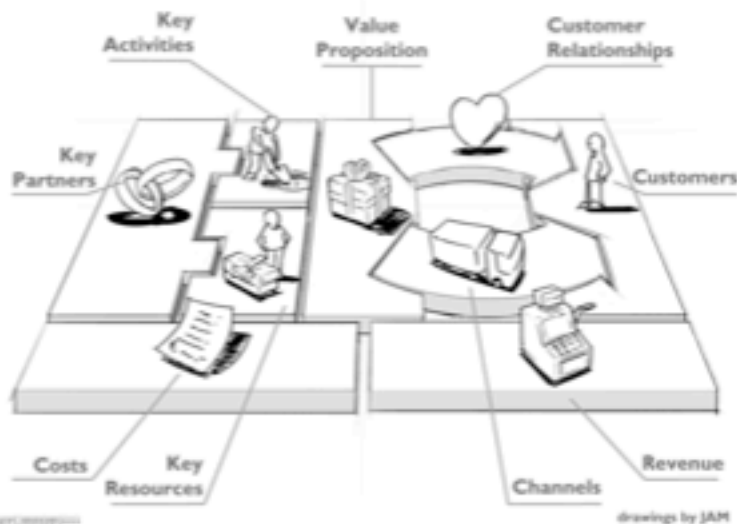
- 1. Budujeme s našimi obchodnými partnermi vzťahy vzájomného rešpektu a dôvery?**
- 2. Pomáhajú nám naši partneri aktívne riešiť spoločné problémy?**
- 3. Máme okolo firmy vytvorený inovačný ekosystém partnerov, ktorí nám pomáhajú objavovať nové príležitosti, ohrozenia, prinášajú nám nové znalosti a skúsenosti?**
- 4. Sú schopní naši partneri samostatne vyriešiť niektoré naše problémy, na ktoré nemáme dostatočné znalosti?**
- 5. Pomáhajú nám naši partneri v inováciách a rozvoji znalostí našich pracovníkov?**

Postup

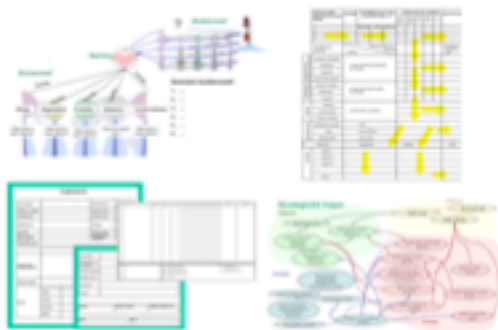
1. Analýza trendov a strategické smerovanie



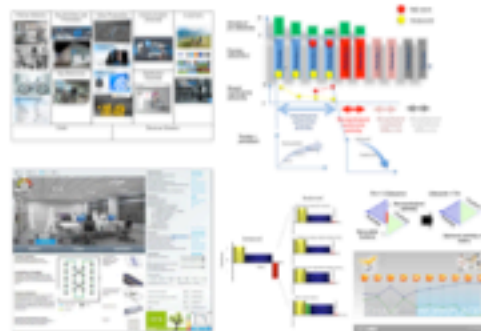
2. Analýza trhu a zákazníkov



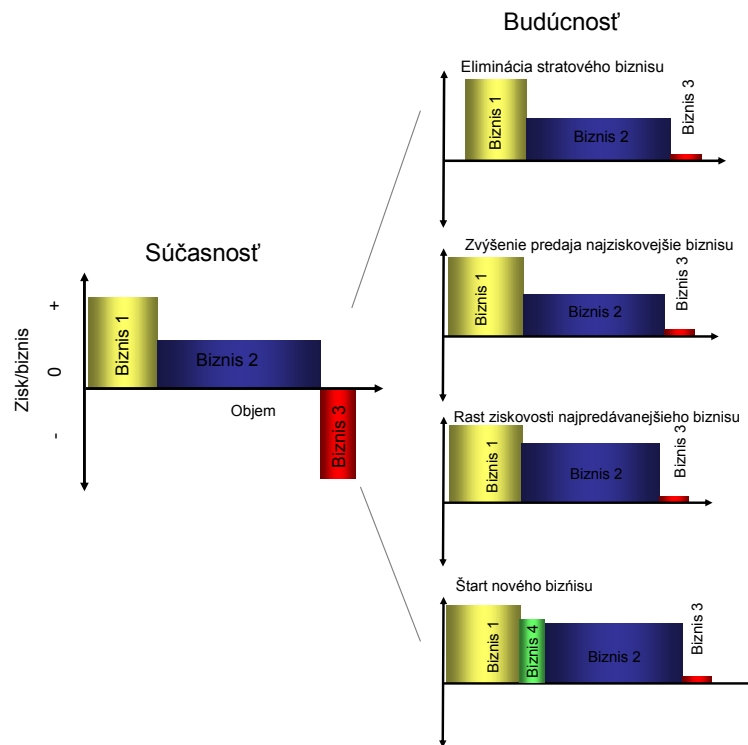
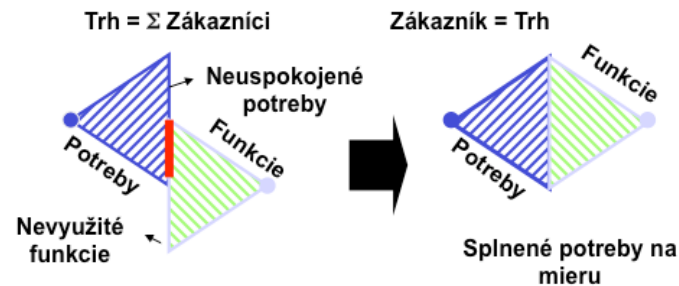
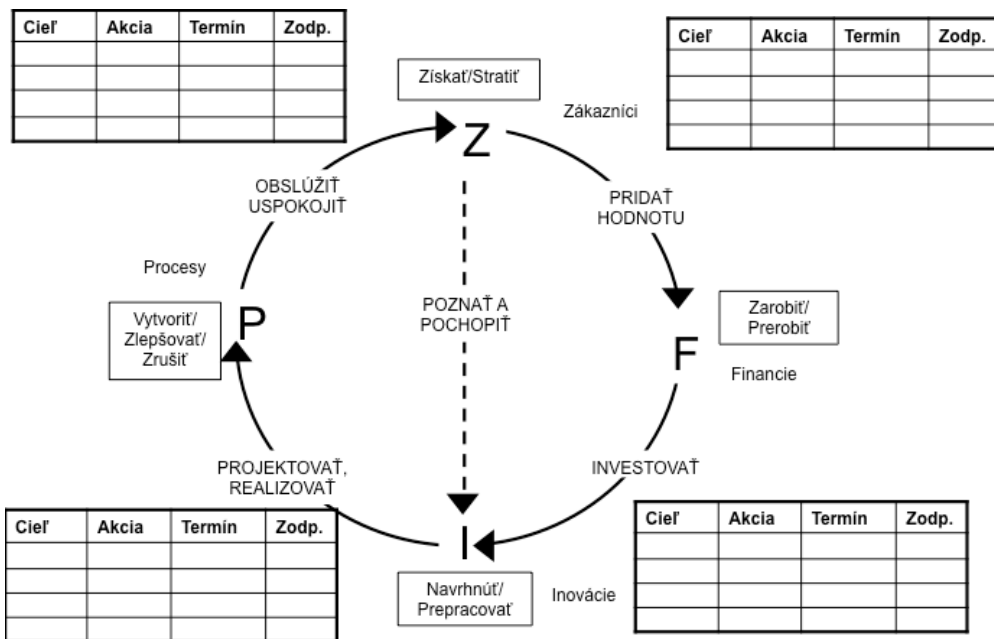
4. Procesy, organizácia a akčné plány zmien



3. Výnimočná hodnota pre zákazníka



Zo súčasnosti do budúcnosti



Ako inovovať? Princípy

- **Nevyriešené problémy okolo nás, nespĺnené sny**
- **Prenesenie riešení z iných oborov**
- **Riešenia a princípy v prírode – bionika**
- **Proces zákazníka**
- **Okolie produktu/služby**
- **Emócie**
- **Dizajn**
- **Trendy – technické, sociálne, transformačné**
- **Hlas zákazníka – reklamácie, servis, marketing**
- **Evolúcia**
- **Zjednodušovanie**

INOVÁCIE – Diagnostika

1. Uvádzate v týchto dňoch na trh inováciu, ktorá má potenciál rastu tržieb 50% do 3 rokov?
2. Máte pripravené pred schválením inovačné projekty, ktoré do 4 rokov prinesú rast tržieb o 50%?
3. Máte premyslené inovačné nápady, ktoré do 5 rokov prinesú rast tržieb o 50%?

3x Nie? Máte problém! Dôsledky si premyslite sami.

Chyby v inováciách

- **Strach z rizika a neúspechu**
- **Nedostatok času a netrpezlivosť**
- **Operatíva víťazí nad strategickými inováciami**
- **„Zákaznícka orientácia“ – robíme len to, čo chce zákazník**
- **Zamilovanie sa do svojho riešenia**
- **Zlá tímová spolupráce, centralizované riadenie, nekomunikácia**
- **Neznalosť inovačných postupov – ako premeniť nápady na biznisy**
- **Ignorovanie zákazníka**

Sumarizácia trendov

- **Nové technológie, paralelné podnikateľské systémy**
- **Odstraňovanie medzičlánkov**
- **Samoobsluha, self-service**
- **Lokálna výroba a služby, globalizácia narazila na svoje limity**
- **Masová kustomizácia, individualizácia**
- **Bezpečnosť, zdravie, ekológia**
- **Nová generácia Y, mileniáni, nové motivačné faktory, sloboda, sieťovanie**
- **Inovácie v manažmente – rýchlosť, flexibilita, tímová spolupráca, schopnosť rýchlej akcie, improvizácie, skúšania a korigovania**
- **Geopolitické a ekonomické zmeny, transformácia, presun konkurenčnej sily do nových regiónov**

Rozpoznanie problému je dôležitejšie ako nájsť riešenie, pretože presné definovanie problému vedie automaticky k správnejmu riešeniu.

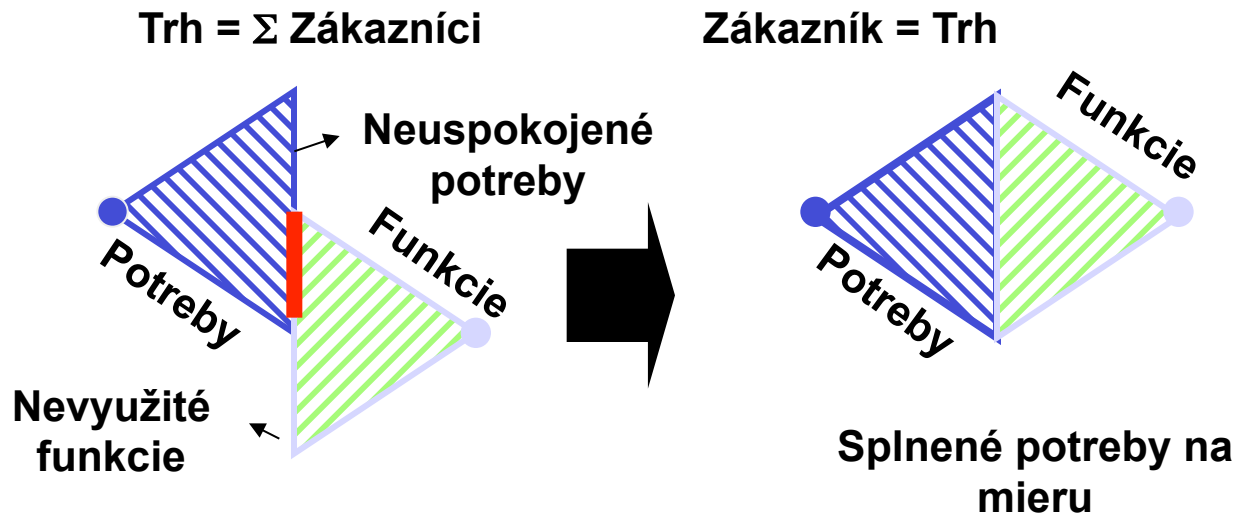
Albert Einstein

Pred nedávnom bolo medzi podnikmi v móde prehlasovať sa za organizácie riešiace problémy. V skutočnosti ide o chybný prístup, pretože keď už problém objavíte a začnete ho riešiť, strácate pôdu pod nohami. Musíte mať pred problémom náskok.

Peter Senge

Musíte vynaliezať, tvoriť, inovovať, predbehnúť zákazníka...

Hodnota pre zákazníka



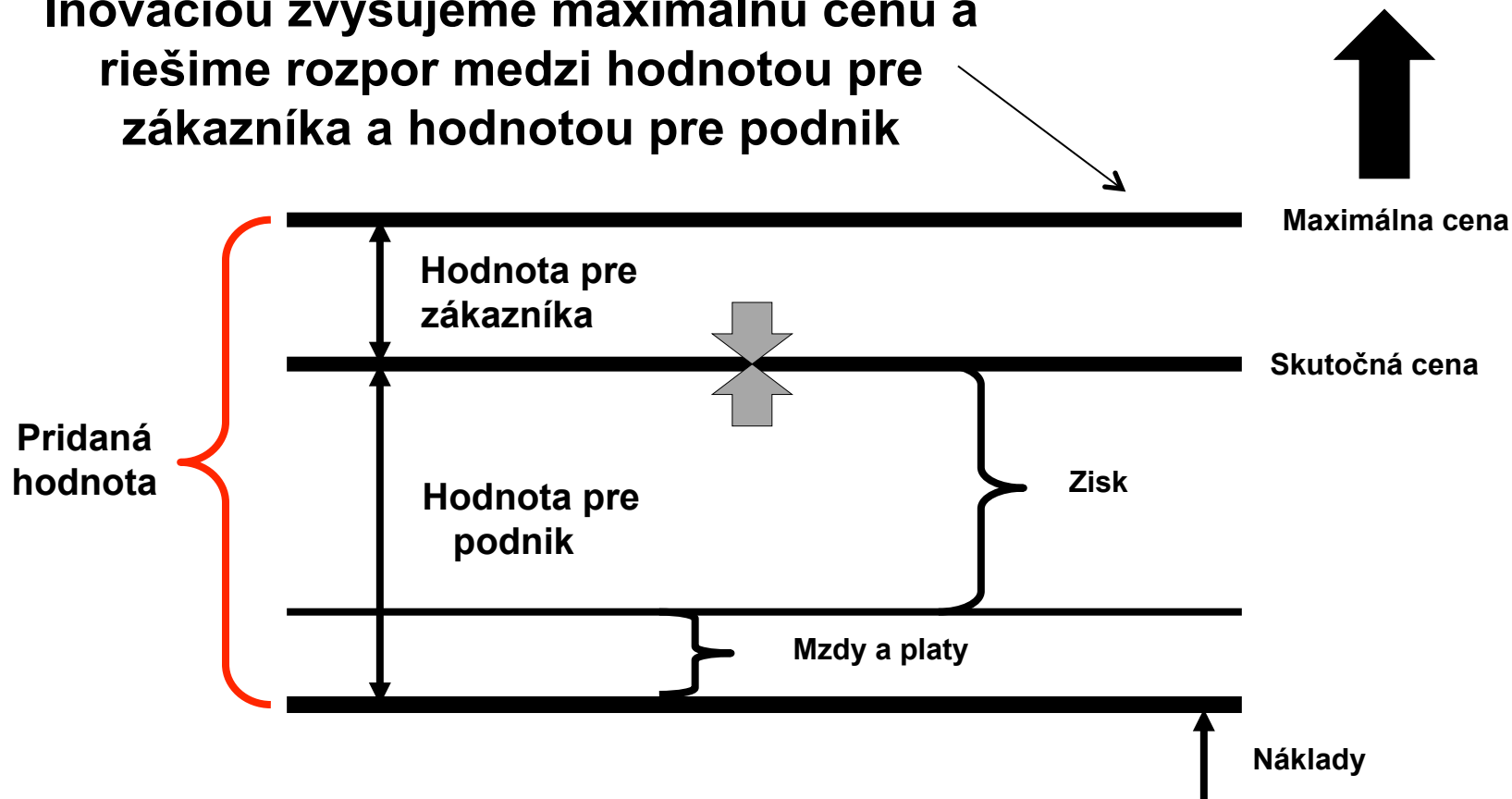
Hodnota pre zákazníka – rozdiel medzi tým, čo zákazník dostane z produktu a čo vydal za to, aby ho získal. (Graham Roberts-Phelps)

Byť dosť dobrý, nie je dosť dobré na to, aby mal váš zákazník dôvod byť vám oddaný

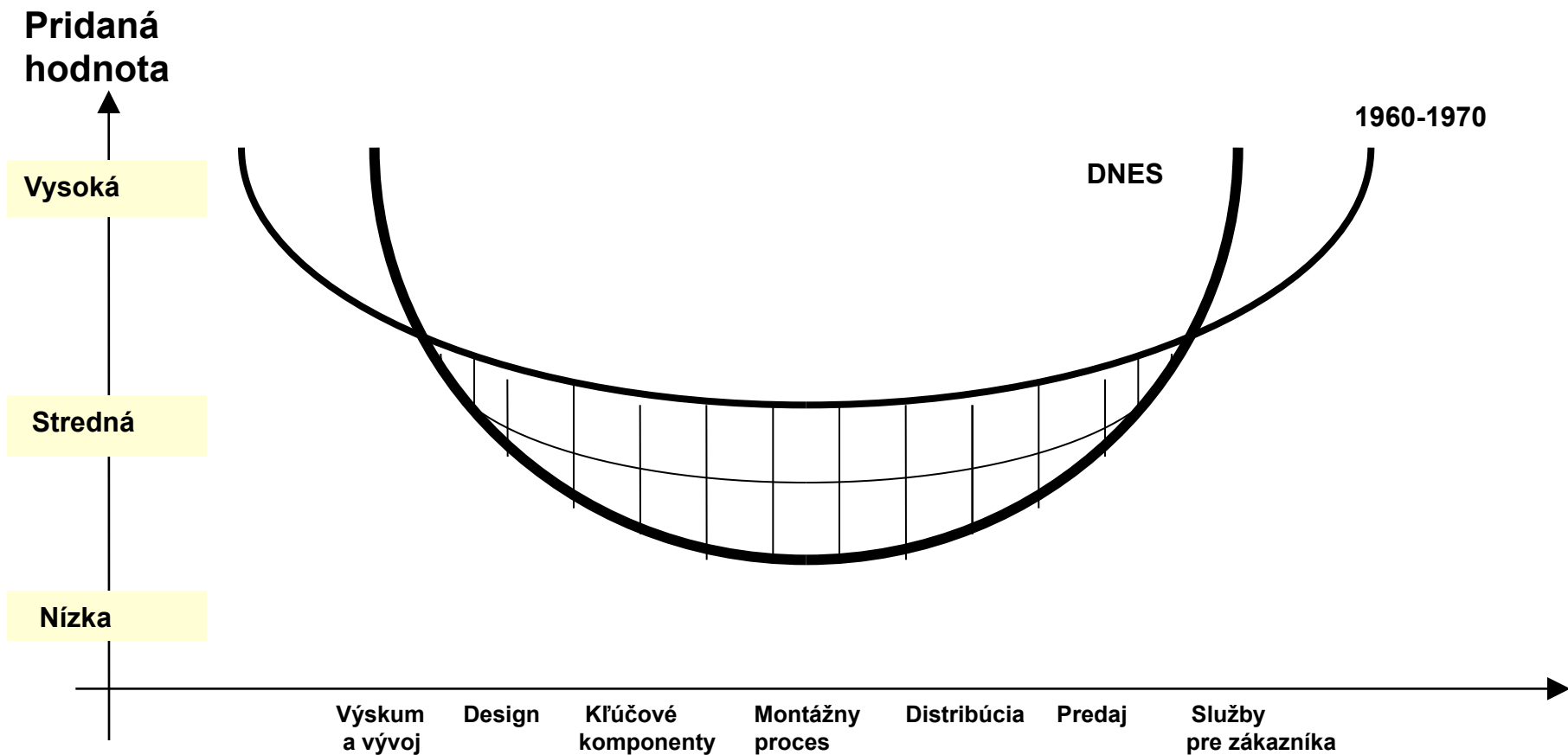
Radikálni inovátori sa učia žiť v koži svojho zákazníka. Inovácia nikdy nevzniká z presne artikulovanej potreby, inovácia prichádza z nahliadnutia do neartikulovanej potreby.

Hodnota pre zákazníka a hodnota pre podnik

Inováciou zvyšujeme maximálnu cenu a riešime rozpor medzi hodnotou pre zákazníka a hodnotou pre podnik



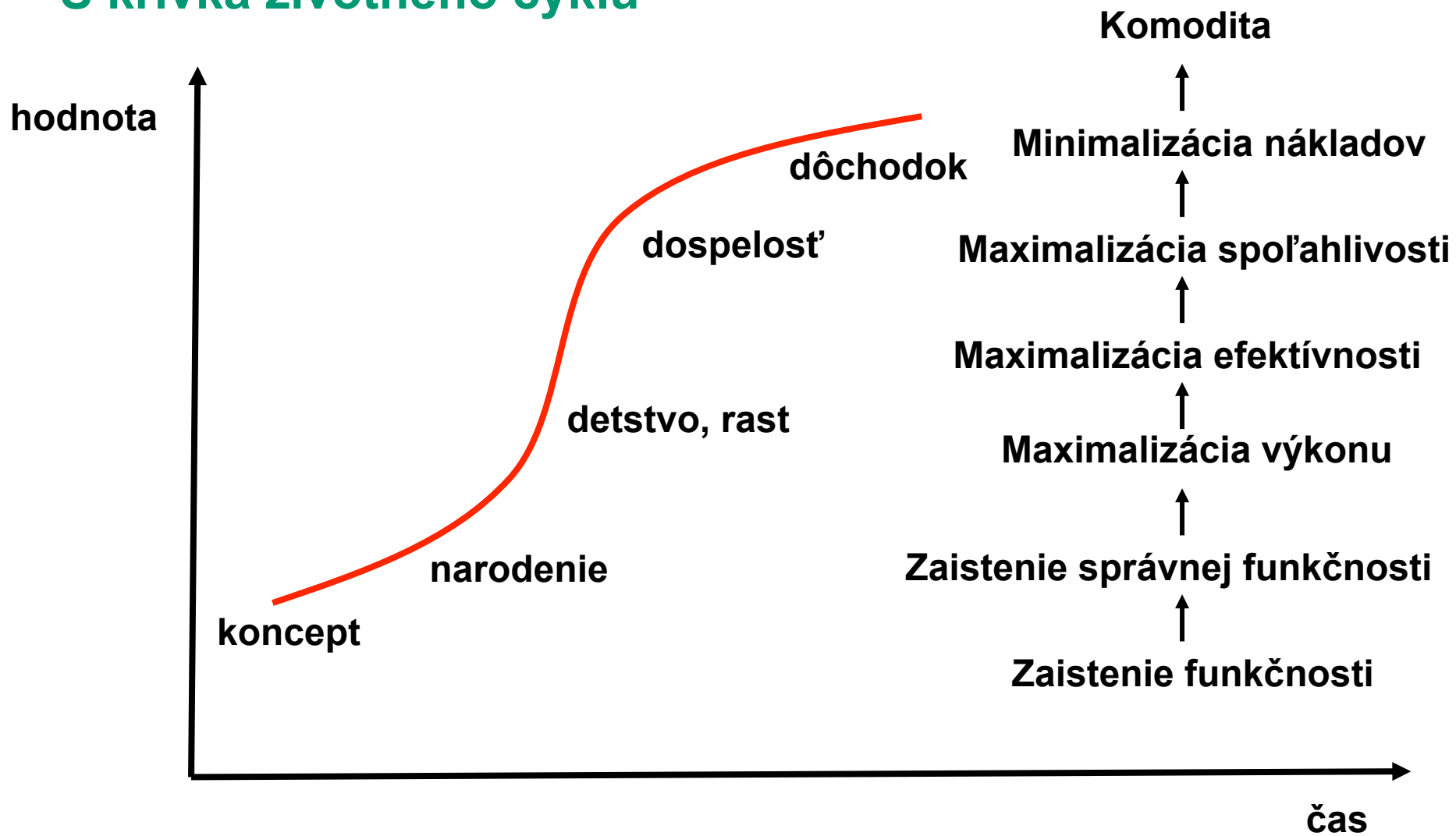
„Úsmevy“ hodnotového reťazca



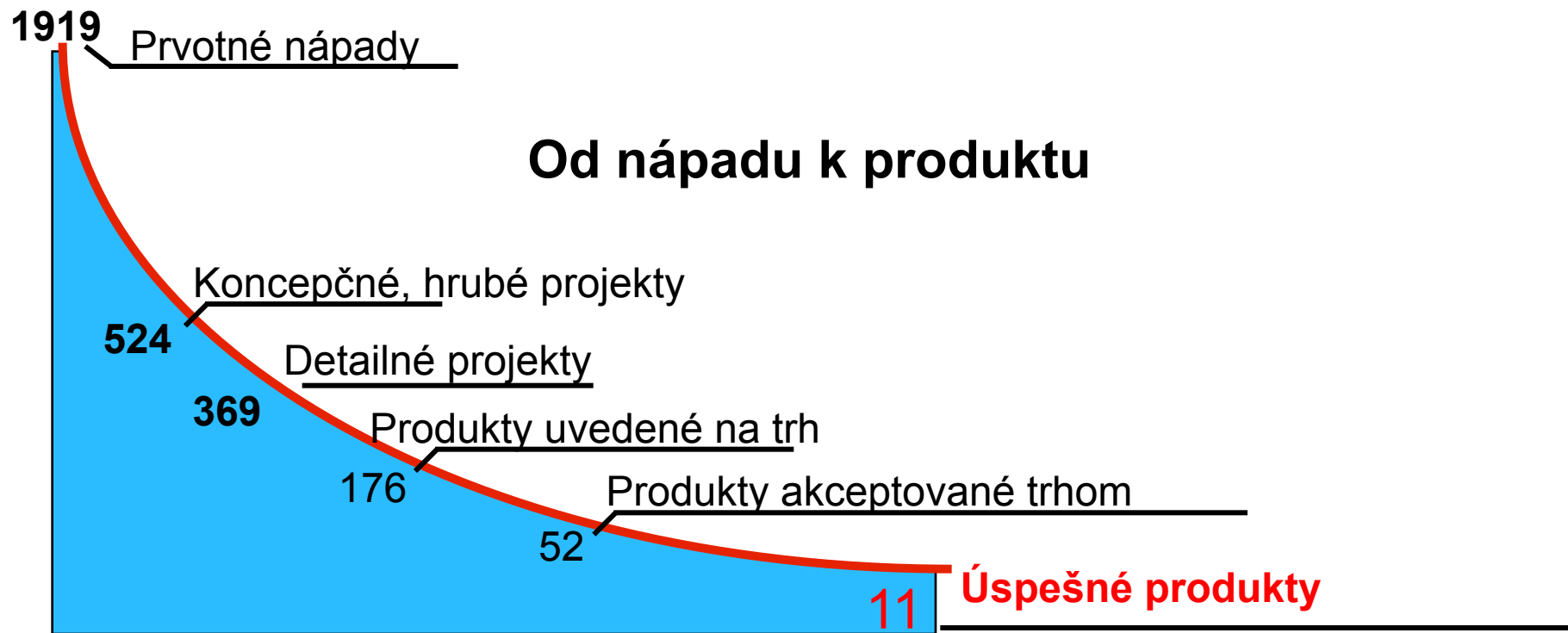
Zdroj: Milan Zelený

www.ipaslovakia.sk

S krivka životného cyklu



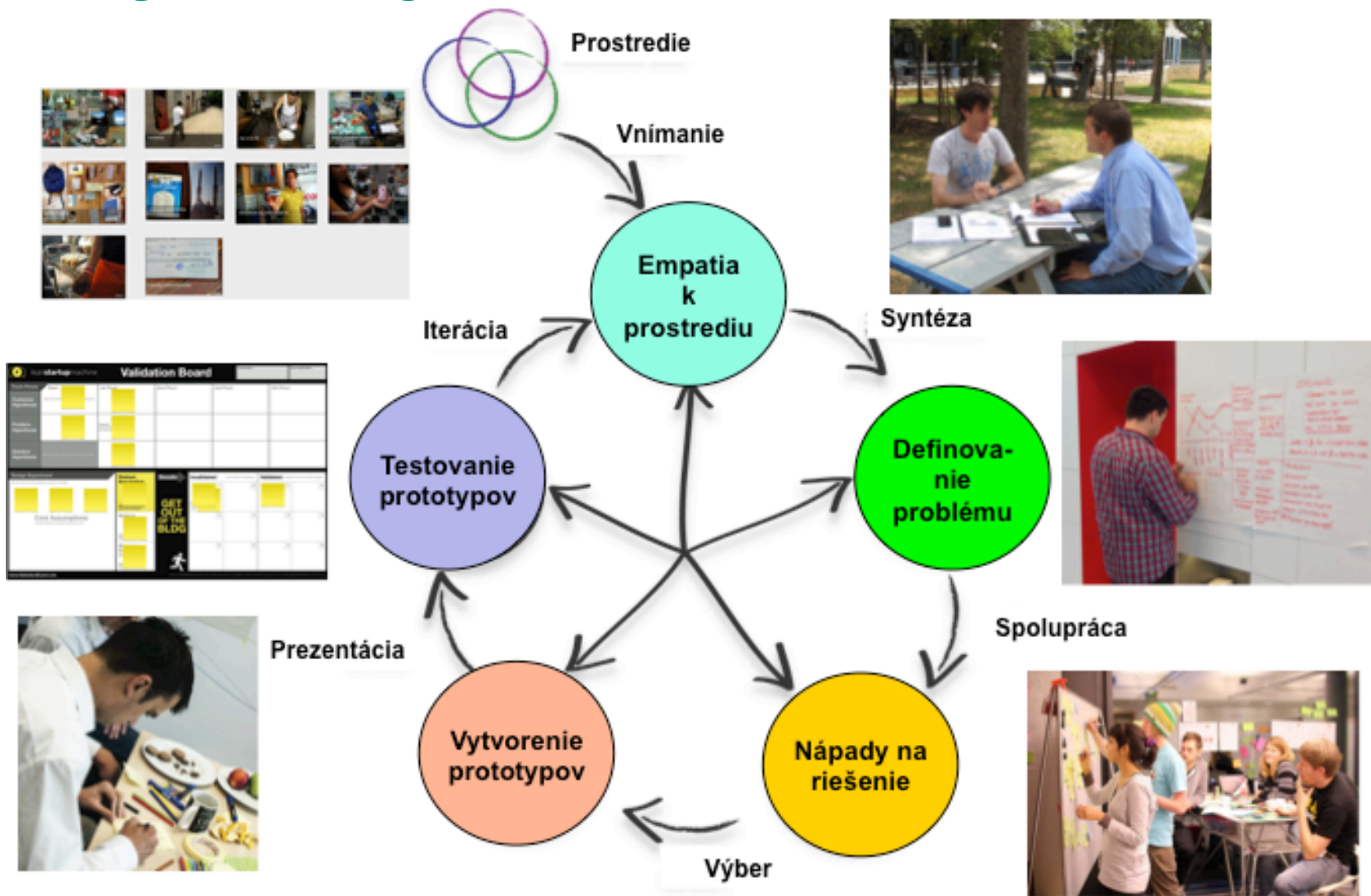
„Musíte pobožkať veľa žiab, aby ste sa stali princom.“ Arthur Frey, 3M



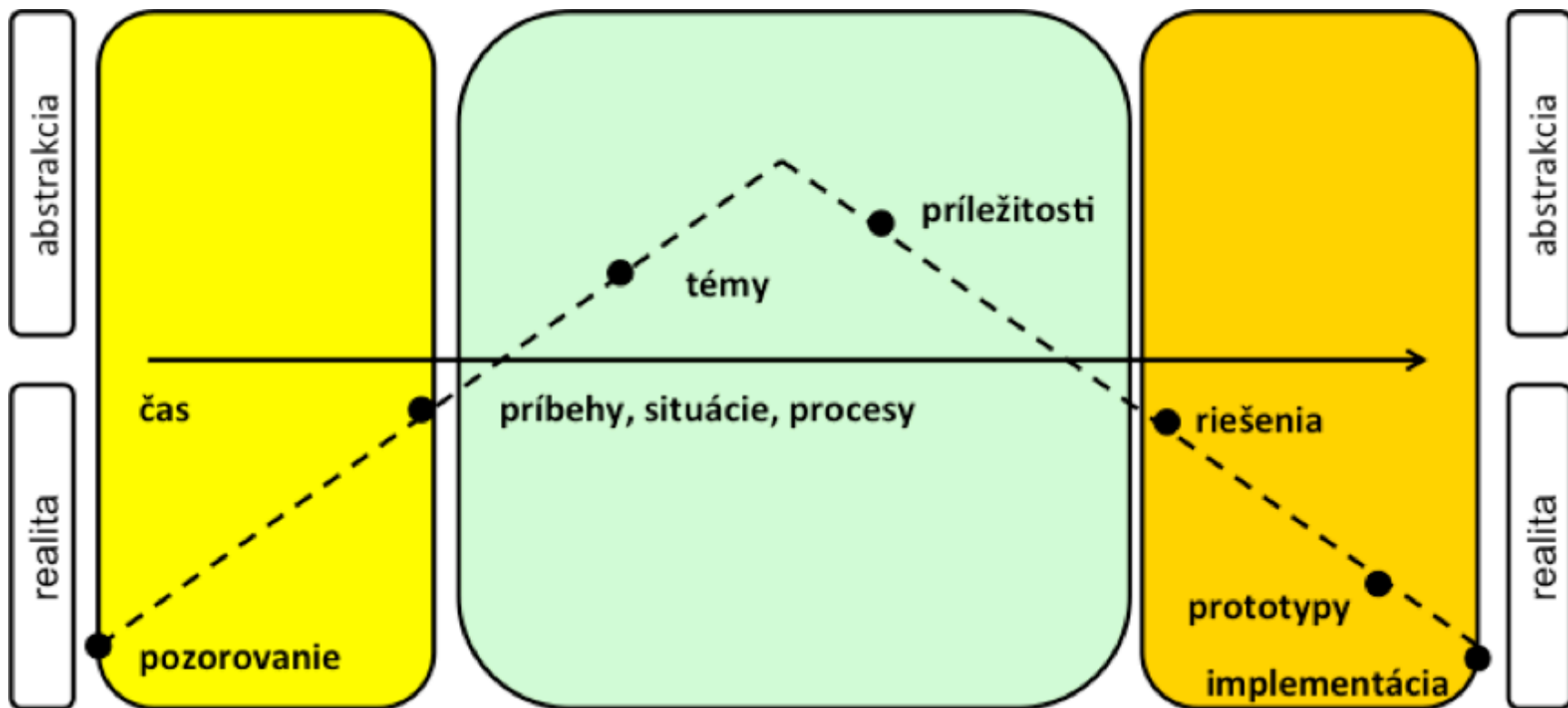
Zdroj: Kienbaum

www.ipaslovakia.sk

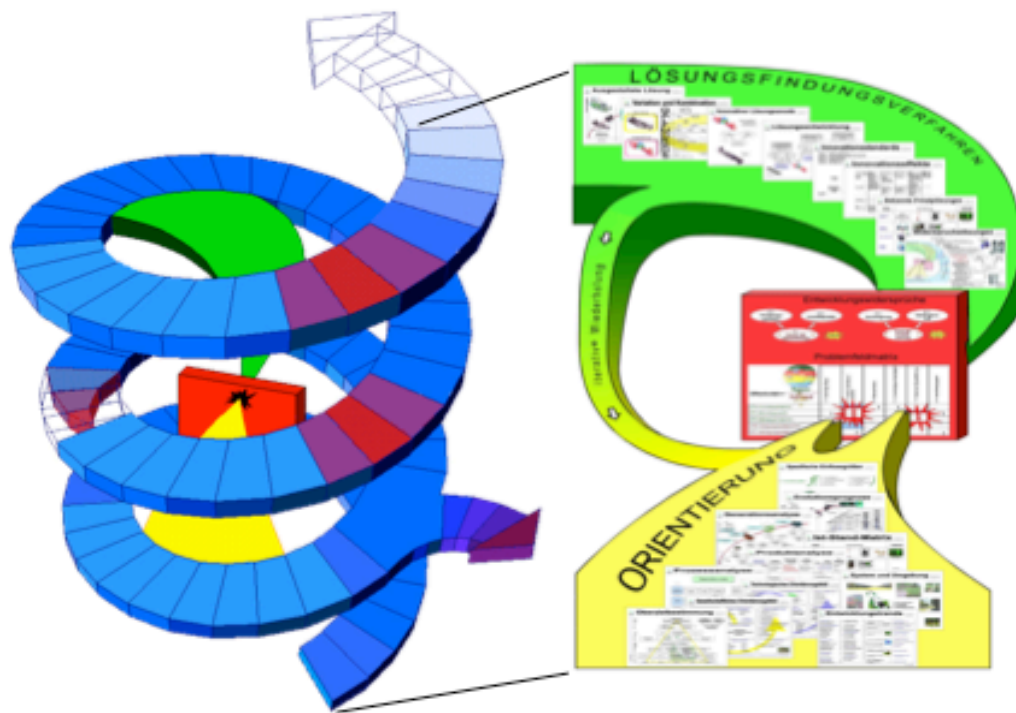
Design Thinking



Inovácie a HCD (Human Centred Design)

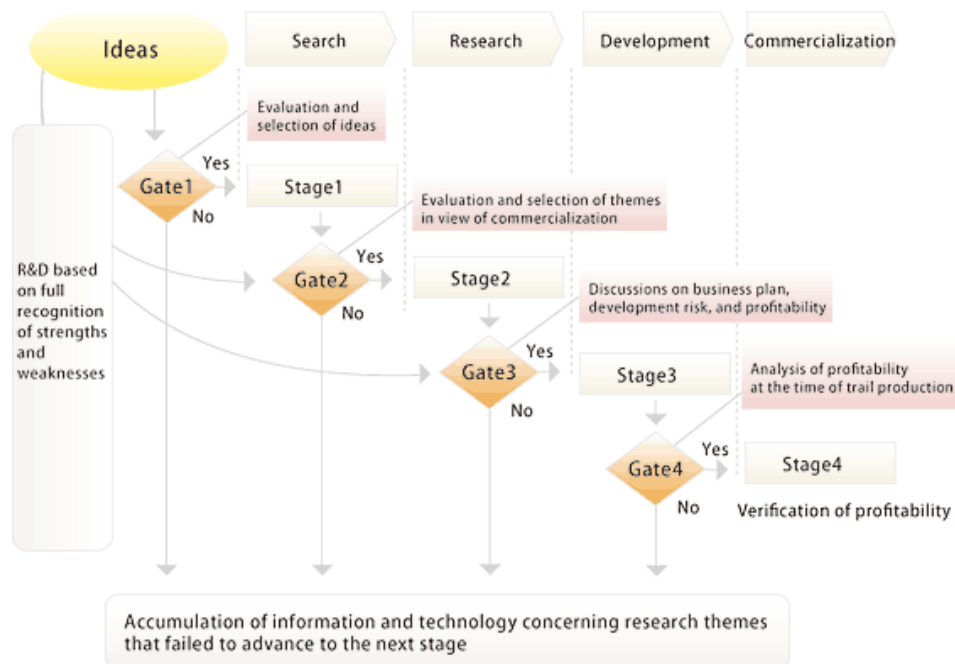
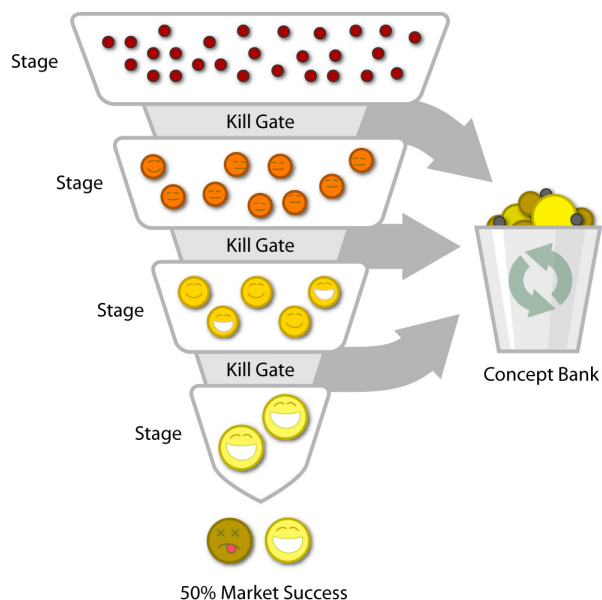


Inovácie

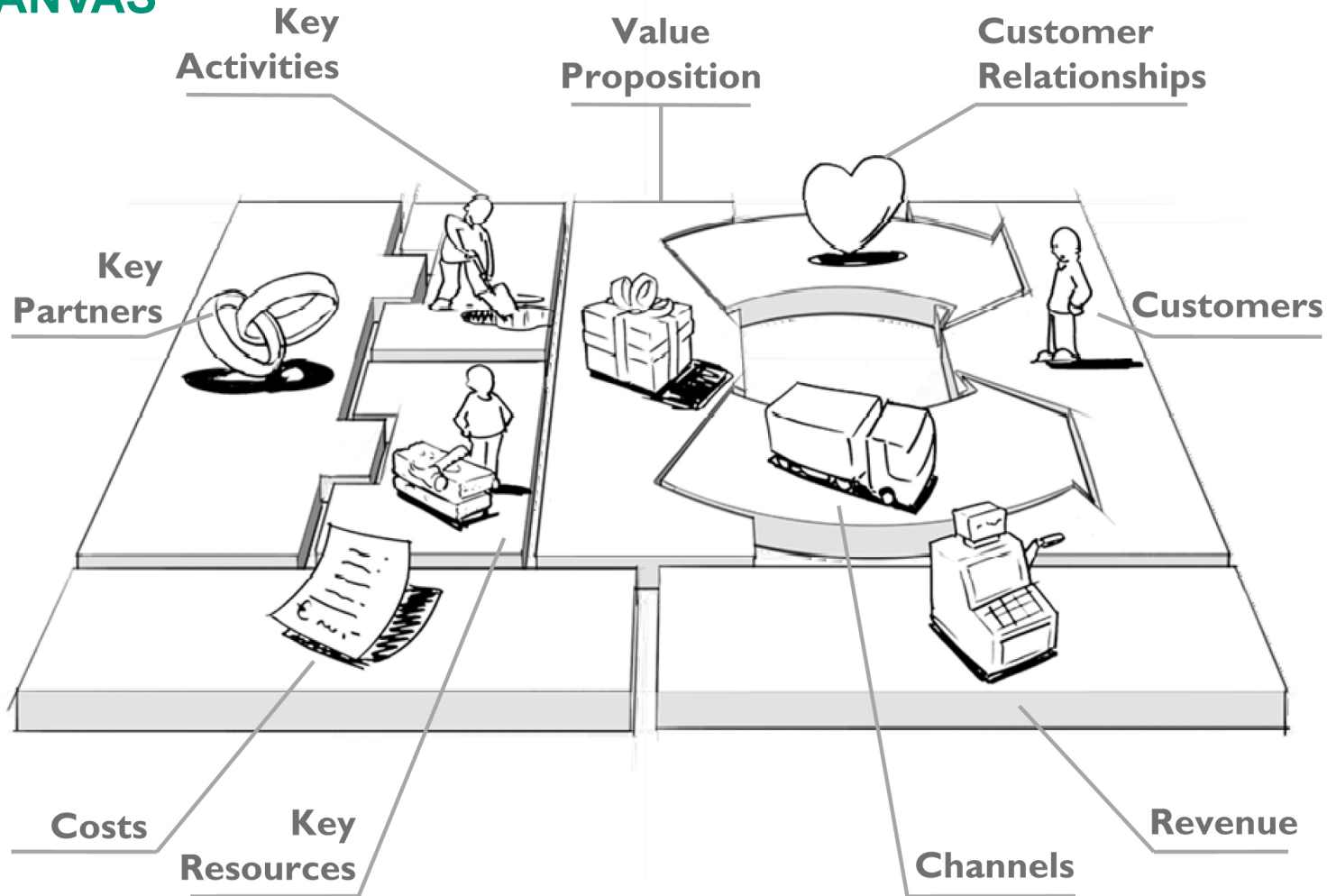


1. Definovanie a analýza trhu a segmentov
2. Definovanie zákazníkov
3. Definovanie a analýza konkurencie
4. Definovanie procesov zákazníkov, analýza potrieb, nedostatkov
5. Vytvorenie hodnotovej krivky
6. Analýza výrobku a okolia, funkcií a parametrov
7. Analýza procesov a podnikateľského systému
8. Definovanie protirečení
9. Návrh riešenia
10. Vytvorenie novej hodnotovej ponuky
11. Analýza rizika v procesoch, zmeny v procesoch
12. Návrh komunikácie so zákazníkom a distribučný systém
13. Uvedenie na trh
14. Vyhodnotenie projektu

Ako dosiahnuť konkurenčnú výhodu cez inovácie

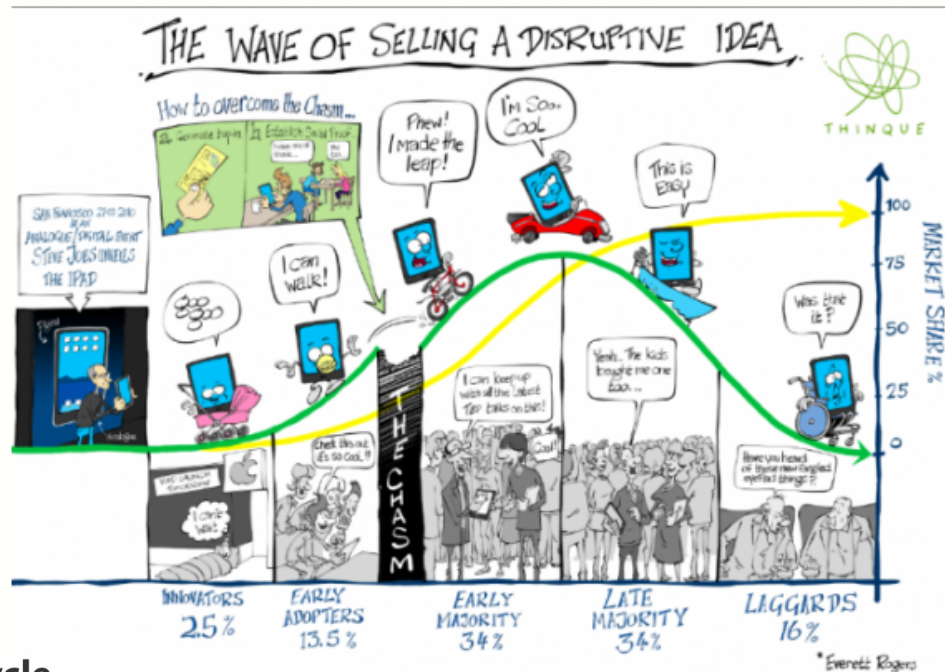
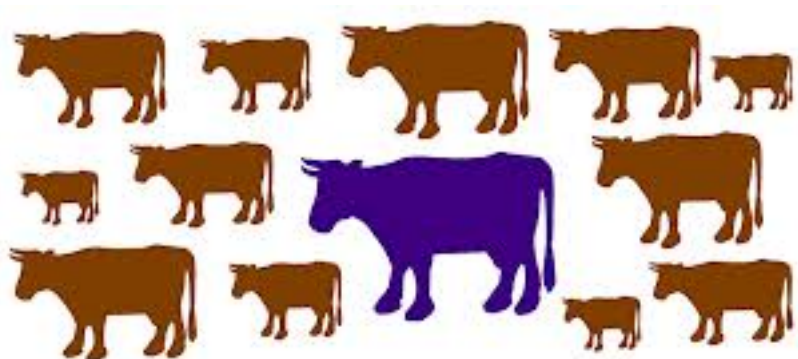


CANVAS

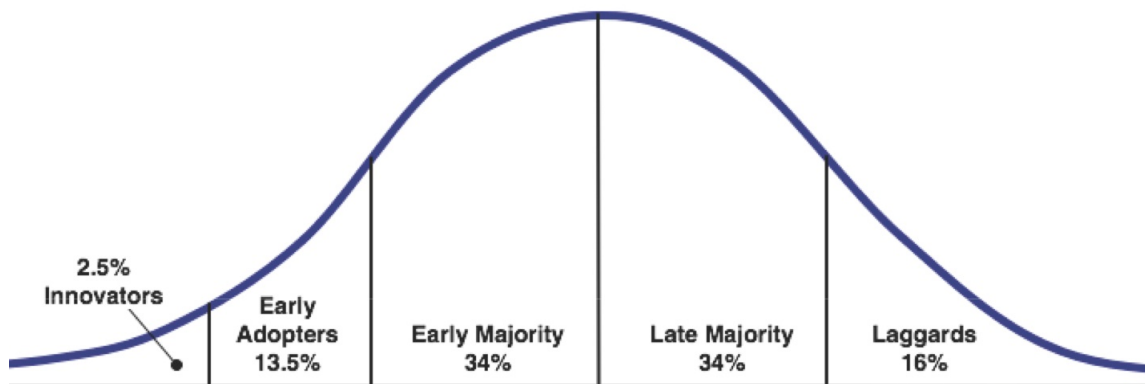


drawings by JAM

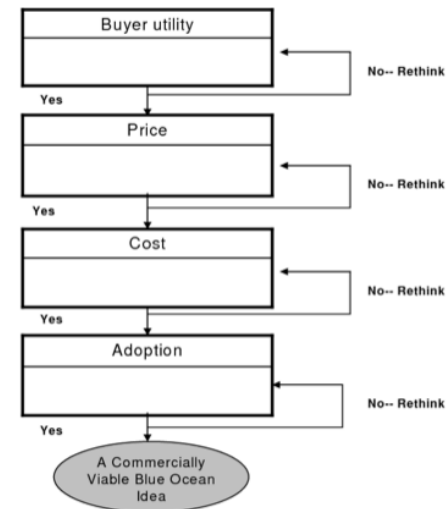
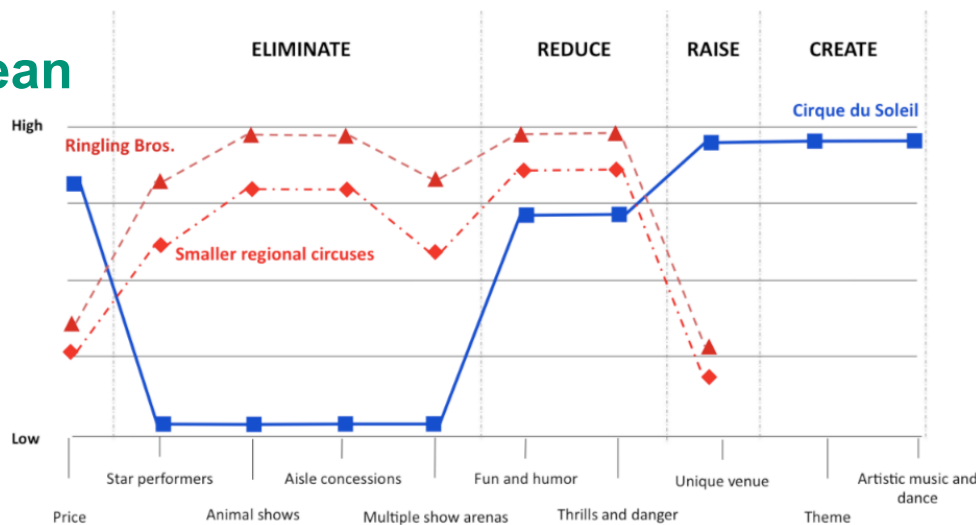
Purple COW



Technology Adoption Life Cycle



Blue Ocean



Red Ocean Strategy

Compete in **existing** market space.

Beat the competition.

Exploit **existing** demand.

Make the value-cost trade-off.

Align the whole system of a firm's activities with its **strategic choice of differentiation or low cost.**

VS

Blue Ocean Strategy

Create **uncontested** market space.

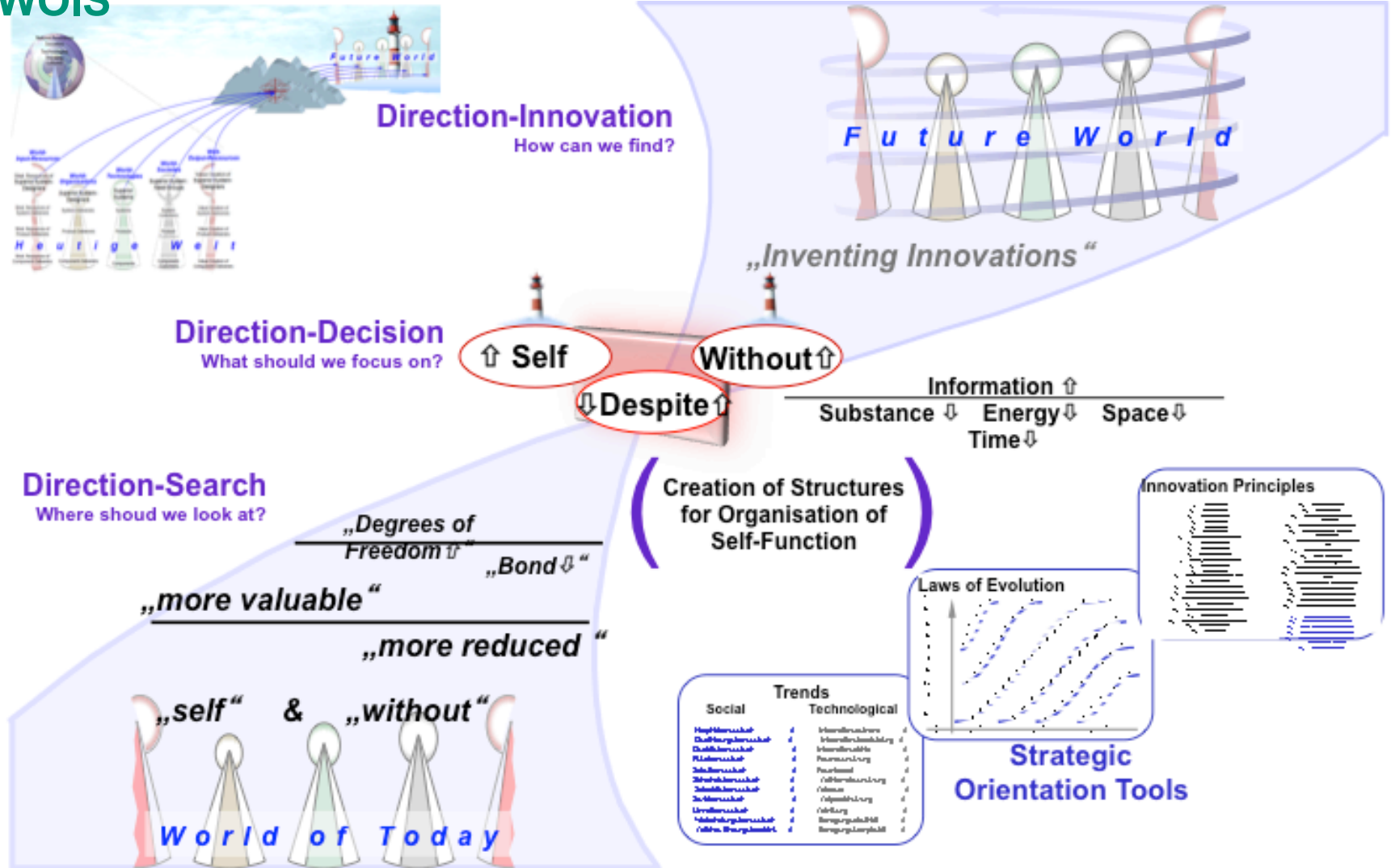
Make the competition **irrelevant.**

Create and capture **new** demand.

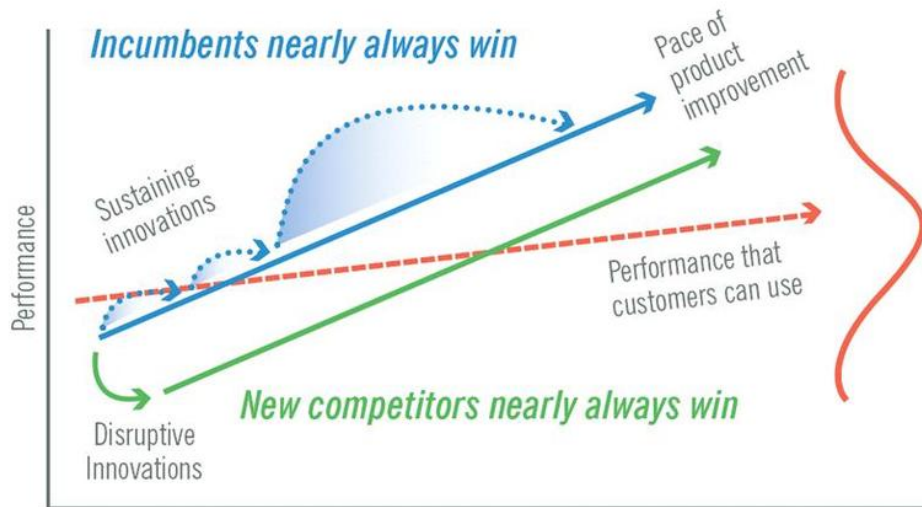
Break the value-cost trade-off.

Align the whole system of a firm's activities in **pursuit of differentiation and low cost.**

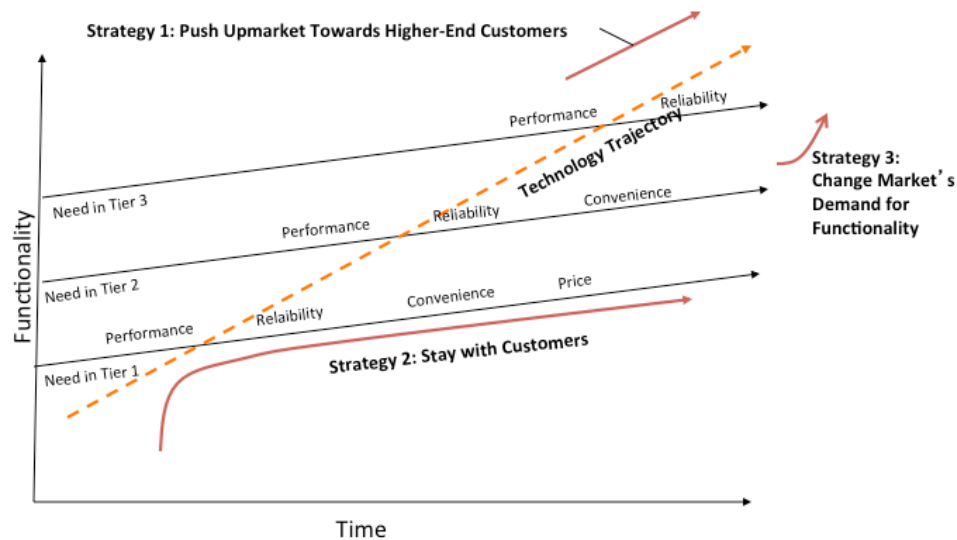
WOIS



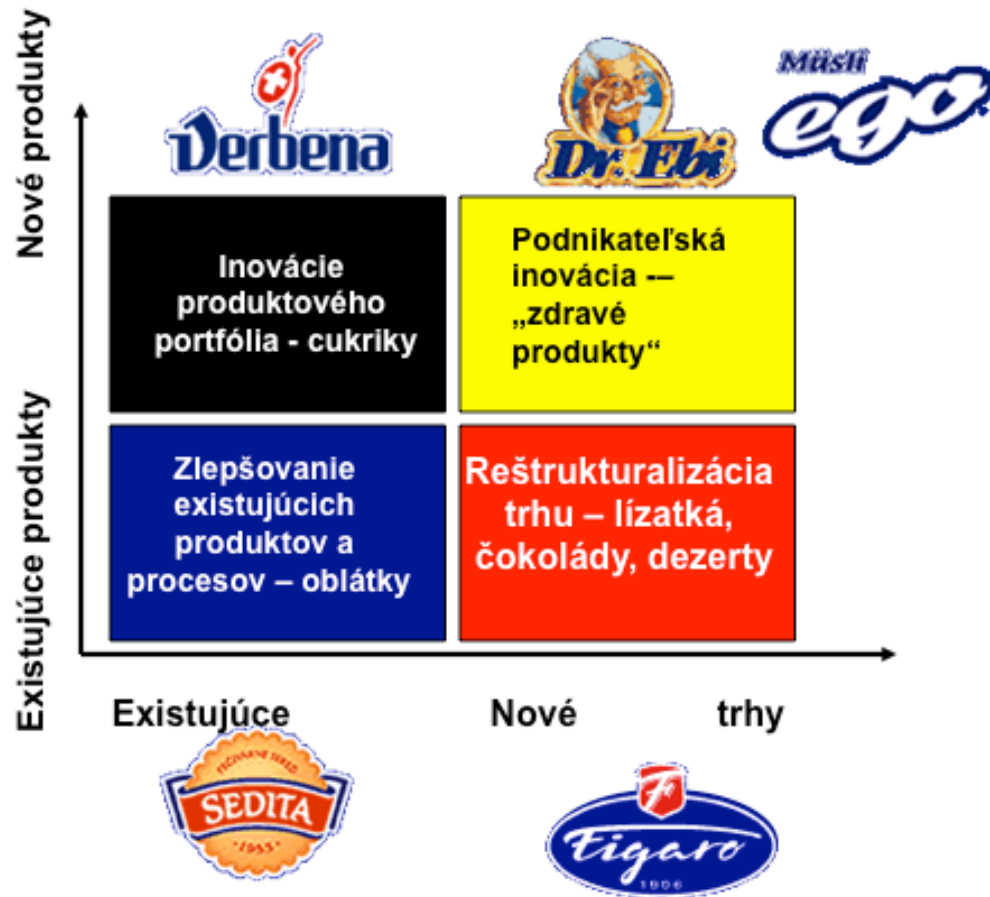
Disruptive Innovations



Source: Clayton Christensen, *The Innovators Solution*



Inovačné projekty



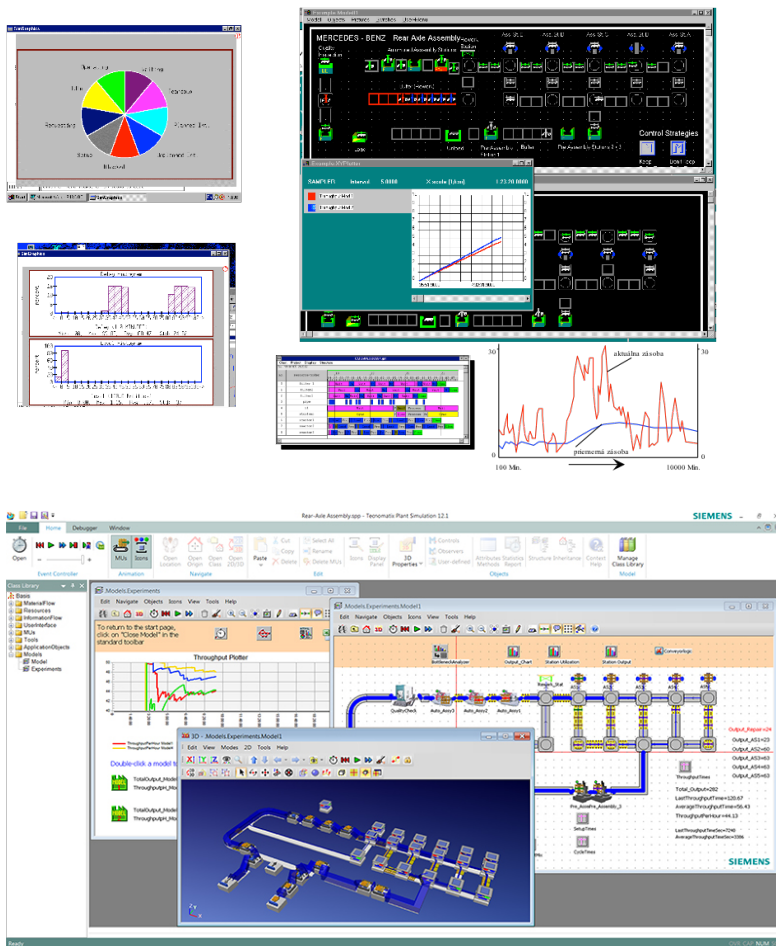
Skúsenosti – ECG



- **Samo-
obsluha**
- **Kusto-
mizácia**
- **Redukcia
medzi-
článkov**
- **Design a
nové
technológie**
- **Zákazník**

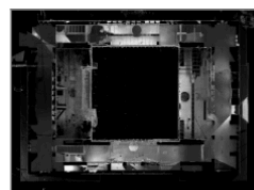
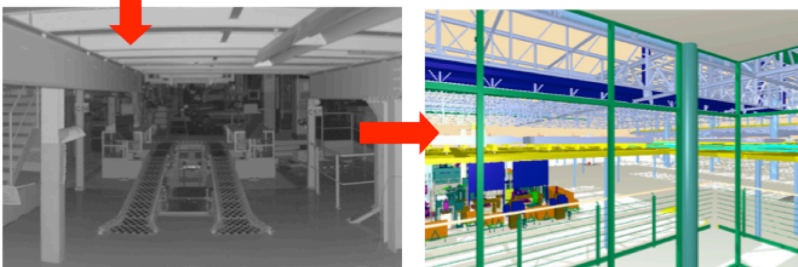
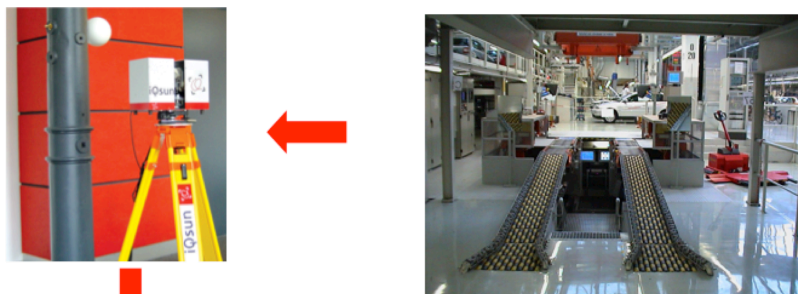
Skúsenosti

Uni Stuttgart - IPA - Aesop = Simple ++ (PlantSimulation)



- Kultúra slobody a kreativity
- Otvorená sieť spolupráce (FhG + Uni + Spin Off)
- Vývoj so zákazníkom (MVP, Open Innovation)
- Zničenie inovačnej kultúry korporáciou

Skúsenosti - iQvolutions



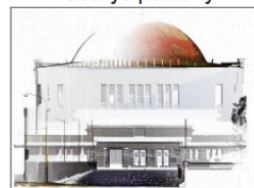
Pôdorys podlahy



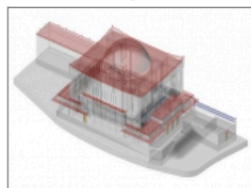
Rez



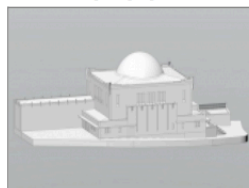
3D sken



3D sken



3D model



3D model

- **Kultúra Startup**
- **Prelomová technológia**
- **Riešenie produktivity, rýchlosti a kvality u zákazníka (nezákazníka)**

Skúsenosti – Linet

<p>Zákazník, jeho práca, problémy, túžby</p> <p> Tit Potenciály, príležitosti, konkurencia, trendy Segment Segment 1 Segment 2 Zákazník Zákazníkové procesy Potreba Potreby, požiadavky </p>	<p>Hodnotová ponuka</p> <p> Typy procesov • Q1= Manipulácia s pacientom • Q2 = Manipulácia s lôžkom • Q3 = Presun • Q4 = Nastavenie-prestavenie lôžka • Q5= Kompatibilita lôžka s okolím • Q6= Práca s príslušenstvom • Q7= Zabezpečenie bezpečnosti • Q8= Procesy s matracom • Q9= Design-iterácia s produkciou </p>
<p>Procesy a organizácia, zdroje a partneri</p> <p> Prvky: - audit produktivity - kanban - zlepšovanie procesov - SMED, 5S - Timy, vizualizácia - MOST a štandardizácia - Mobilita pracovísk - VSM - Simulácia - Vyrobné bunky </p>	<p>Komunikácia a distribúcia</p> <p> - YouTube - LINET Multicam - LINET Partner Portal - LINET Pôdorybná štúdia </p>



- Silný líder
- Protirečivé zadania
- Proces zákazníka
- Prepájanie oborov

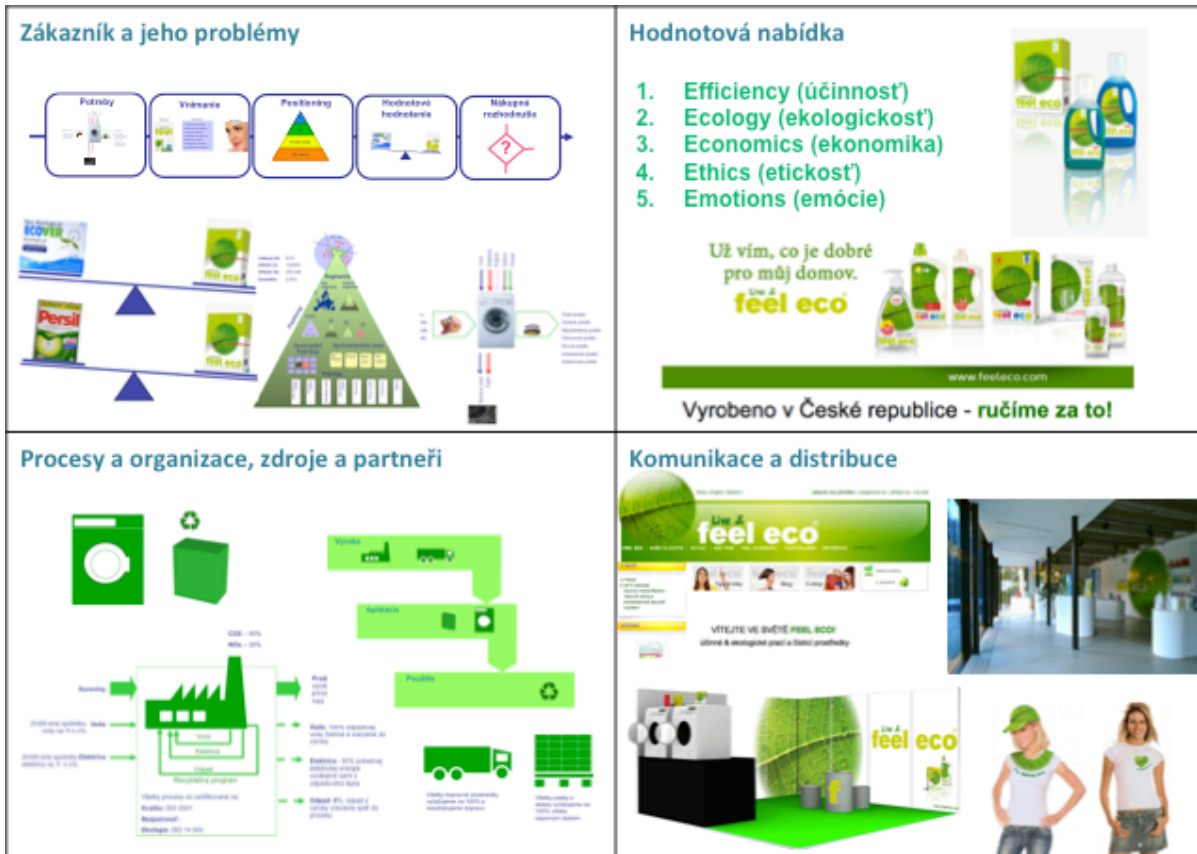
Skúsenosti – OMS Lighting

<h3>Zákazník, jeho práca, problémy, túžby</h3> <p>OMS 2013</p> <p>OMS 2005</p>	<h3>Hodnotová ponuka</h3> <p>LQS</p> <p>LIGHTING QUALITY STANDARDS</p>
<h3>Procesy a organizácia, zdroje a partneri</h3> <p>OMS</p>	<h3>Komunikácia a distribúcia</h3> <p>OMS</p>



- **Inovácia biznis modelu**
- **Hodnota pre zákazníka**
- **Prelomové technológie**
- **Trystorming**

Skúsenosti – Fosfa



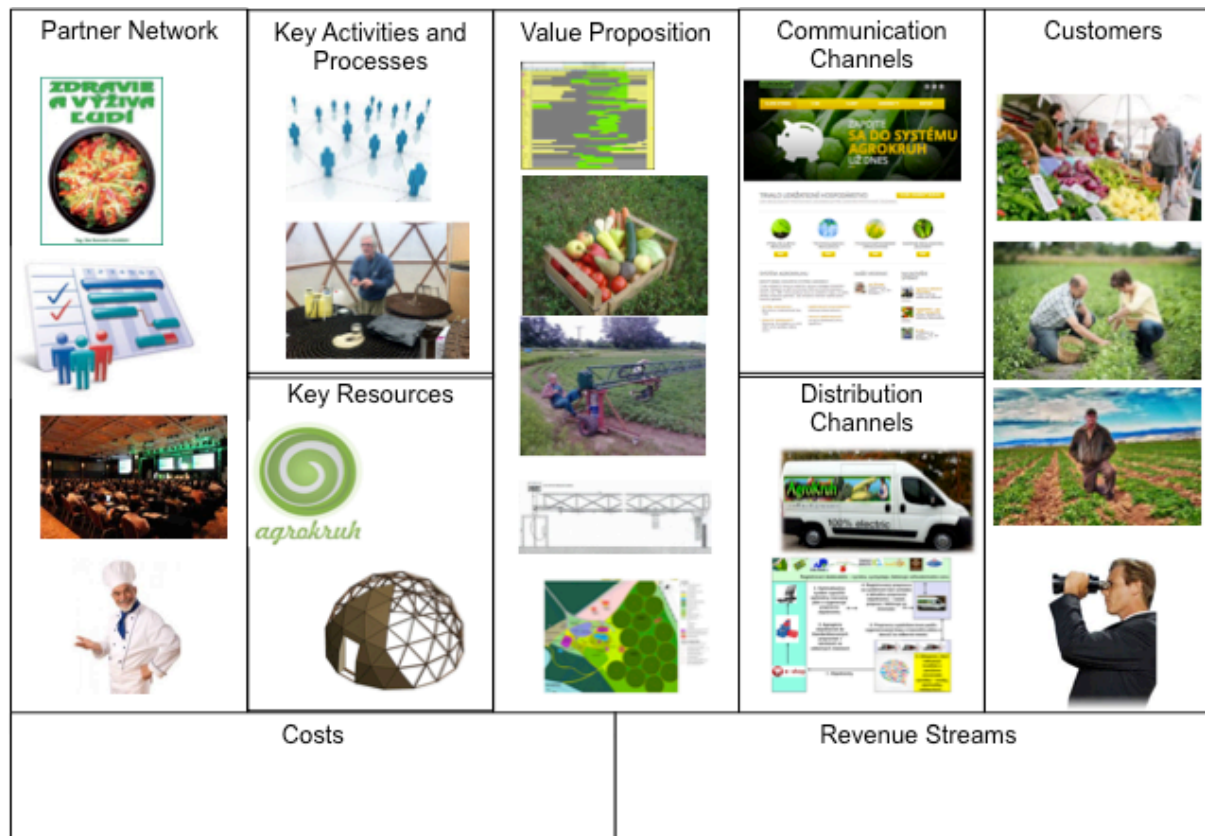
- **Boj o existenciu**
- **Prierezový tím**
- **Fungovanie v kruhu**
- **Výnimočná hodnota**

Skúsenosti – Borcad

<p>Zákazník, jeho práca, problémy, túžby</p> 	<p>Hodnotová ponuka</p> 
<p>Procesy a organizácia, zdroje a partneri</p> 	<p>Komunikácia a distribúcia</p> 

- Líder
- Prierezový tím
- Poznanie procesov zákazníka
- Výnimočnosť
- Redukcia medzičlánkov

Skúsenosti – Agrokruh



- **Redukcia medzi-článkov**
- **Podnikateľstvo**
- **Fungovanie v kruhu**
- **Nové trendy**
- **Inovačná sieť**

Skúsenosti – IDC Holding



- Premena nevýhody na výhodu
- Odlišnosť
- Jasné poznanie zákazníka
- Zjednodušovanie
- Trendy a technológie

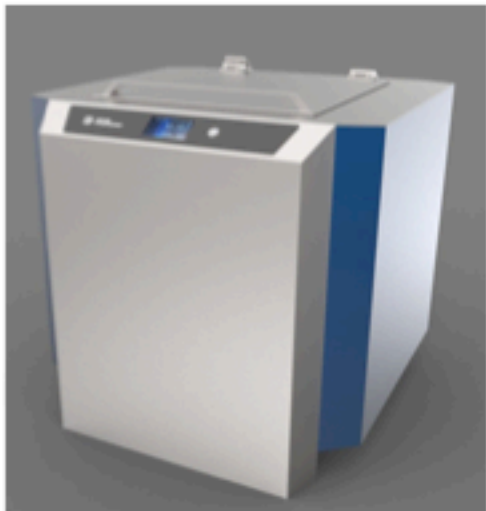
Príklad

1. Vyššia hodnota jedla/cena
2. Otvorená kuchyňa
3. Technológie
4. Interiér
5. Nové recepty a jedlá
6. Komunikácia
7. Samoobsluha
8. Partnerstvá
9. Kustomizácia

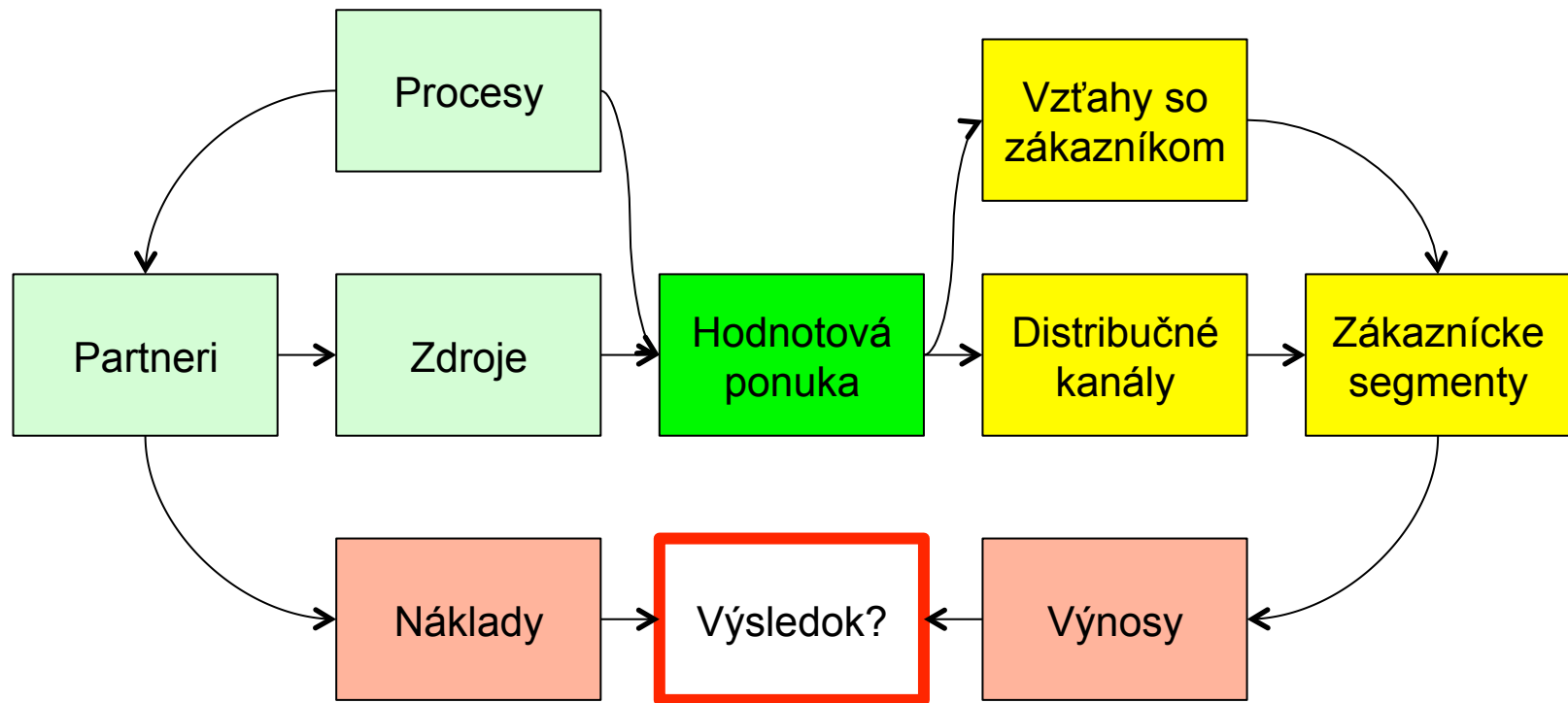


RESTAURANT

Aktuálne projekty



Podnikateľský model – ako firma zarába peniaze?



Princíp 1 – vytvor vyšší segment

Popis

- Vytvorenie prémiového segmentu, kde cena nie je hlavným faktorom
- Vyššie marže, udávanie trendov
- Konkurencia výnimočnosťou
- Byť predmetom túžby
- Luxus sa darí aj v kríze













Priklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 2 – zmeň produkt na službu

<p>Popis</p> <ul style="list-style-type: none">- Ak máme kvalitný, ale drahší produkt, tak ho zmeňme na službu- Namiesto lampy predávajme svetlo, namiesto kompresora stlačený vzduch, namiesto vzduchotechniky vzduch, namiesto auta kilometre...	<p>Príklady</p> <table border="1"><thead><tr><th>Komodita</th><th>Produkt</th><th>Služba</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td> 1€-2€ Per Cup</td><td> 5€-25€ Per Cup</td><td> 75€-\$1.50 Per Cup</td><td> \$2-\$5 Per Cup</td></tr><tr><td>Komodita</td><td>Produkt</td><td>Služba</td><td>Emócia</td></tr></tbody></table>	Komodita	Produkt	Služba				 1€-2€ Per Cup	 5€-25€ Per Cup	 75€-\$1.50 Per Cup	 \$2-\$5 Per Cup	Komodita	Produkt	Služba	Emócia
Komodita	Produkt	Služba													
															
 1€-2€ Per Cup	 5€-25€ Per Cup	 75€-\$1.50 Per Cup	 \$2-\$5 Per Cup												
Komodita	Produkt	Služba	Emócia												
<p>Vaša inšpirácia?</p>	<p>Váš plán a akcia?</p>														

Princíp 3 – daj zákazníkovi konkurenčnú výhodu

Popis

- Svojim produktom dramaticky zvýš výkon a kvalitu zákazníka, redukuj jeho náklady, zjednoduš jeho procesy a redukuj riziko
- Poznaj prácu svojho zákazníka
- Zákazník si nekupuje vrták, ale dieru

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 4 – odstráň škodlivé funkcie

Popis

- Výrazne eliminuj alebo úplne odstráň škodlivé funkcie – vysokú spotrebu prístroja, škodlivé látky v potravinách, neekologické vlastnosti produktu, riziká, neetické správanie...

Priklady



Vaša inšpirácia?

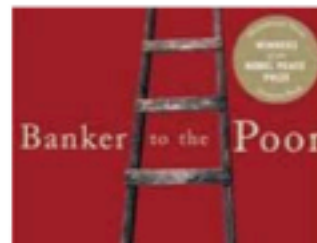
Váš plán a akcia?

Princíp 5 – sprístupni nedostupné

Popis

- Umožni prístup ľuďom k produktom a službám, ku ktorým sa predtým nedostali
- Redukcia nákladov a ceny, iný spôsob výroby a predaja, iné materiály a pod.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 6 – vytvor nový produkt/službu

Popis

- Namiesto inovácie existujúceho produktu vytvor produkt, pre ktorý ešte neexistuje názov – napríklad energy drink, smartphone, playstation, MP3 Player, e-shop a pod.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 7 – otoč to, urob to naopak

Popis

- Namiesto kopírovania a vylepšovania funkcie produktu môžeme funkcie otočiť – napr. namiesto povzbudzujúceho nápoja vytvoríme nápoj na spanie, namiesto studeného piva pivo “svařák”, namiesto fast food slow food...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 8 – vytvor príbeh, buď predmetom túžby

Popis

- Väčšina legendárnych značiek a firiem má za sebou príbehy osobností, ktoré im dodávajú nekopírovateľnú povest', vzniká sieť fanúšikov, knihy a filmy, z produktu sa stáva predmet túžby

Vaša inšpirácia?

Príklady



Váš plán a akcia?

Princíp 9 – vytvor novú hru, modrý oceán

Popis

- Opusti trh hyperkonkurenie a vytvor si vlastný trh – modrý oceán, kde pravidlá definuješ ty.
- Neboj s konkurenciou, postav ju mimo hry, nekonkuruj cenou, ale novosťou

Priklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 10 – zmeň pravidlá hry

Popis

- Zmeň pravidlá dané v danom biznise – napr. spôsob výroby a predaja, ceny, služby zákazníkom
- Príkladom sú Dell, Amazon, predaj kníh, hudby cez internet

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 11 – objav a vyrieš neuspokojené potreby

Popis

- Pozorujte svet okolo, hľadajte neuspokojené potreby a pokúste sa nájsť riešenie
- Napríklad Mario Pilegato vymyslel materiál topánok, ktorý zabraňuje poteniu nôh - Geox (dýchajúce topánky)

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 12 – objav skryté túžby a sny

Popis

- Objavuj skryté a nevyslovené túžby a sny ľudí a hľadaj spôsoby ako ich splniť
- Ľudia vždy túžili lietať, dnes snívajú o cestách do vesmíru, starí ľudia túžia po peknej starobe...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 13 – nájsi inšpirácie v inom odvetví

Popis

- Náš problém bol už možno vyriešený v inom odvetví, len o tom nevieme
- Príklad – stĺpová jednotka postele Linet je nápadom z autožeriavu, MP3 v biznise hudby vynašli vo výskume Fraunhofer inštitútu

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 14 – nájsi inšpirácie v prírode

Popis

- Najdokonalejšie riešenia sú v prírode, mnohé firmy využívajú bionické princípy pri vývoji nových riešení
- Príkladom môžu byť samočistiace povrchové úpravy materiálov na princípe lotosového kvetu a iné...

Príklady



Vaša inšpirácia?

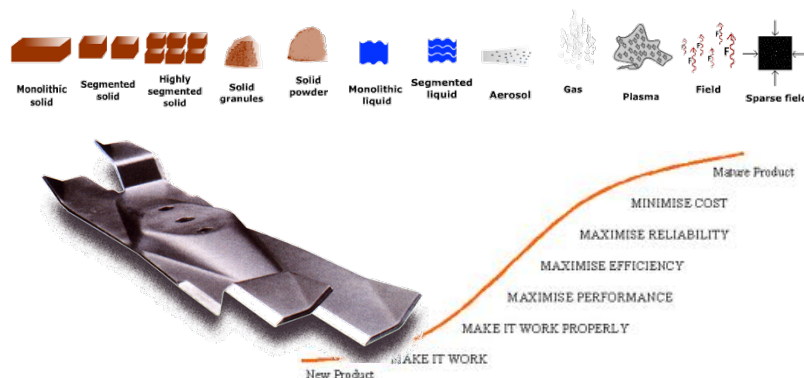
Váš plán a akcia?

Princíp 15 – analyzuj evolučné zákonitosti

Popis

- Technické systémy sa vyvíjajú podľa evolučných zákonitostí, z ktorých sa dá definovať ďalšia vývojová generácia – napr. segmentácia, zmenšovanie, prechod od pevnej látky k žiareniu, dynamizácia integrácia a pod.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

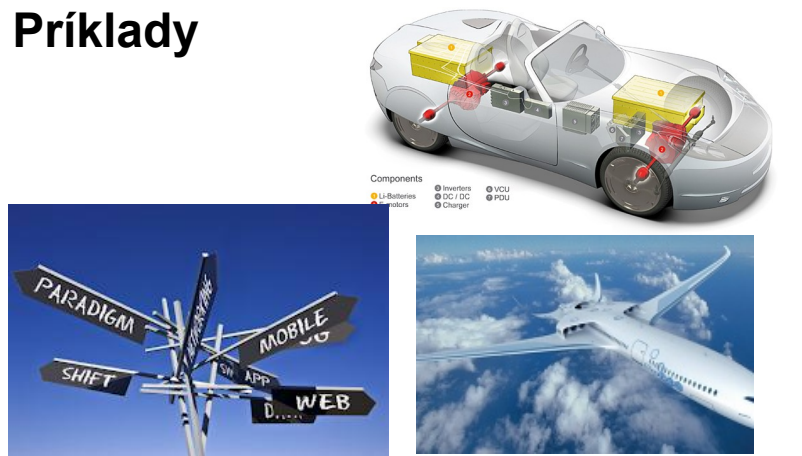
Princíp 16 – analyzuj technické trendy

Popis

- Každý deň vznikajú nové objavy, technológie, materiály a ďalšie technické riešenia, ktoré zásadne menia svet biznisu. Poznáme ich? Ako sa budú rozvíjať? Aký bude ich následok? Ako ich vieme využiť?

Vaša inšpirácia?

Príklady



Váš plán a akcia?

Princíp 17 – analyzuj sociálne trendy

Popis

- Reagujte na meniace sa sociálne trendy – miléniani, seniori, multikulturalita, aktívny život, hodnota voľného času, investície do zdravia, zábava, vzťah k prírode, chudoba, osamelosť, rodina...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 18 – objav použitie novej technológie

Popis

- Existuje technológia, ktorá môže radikálne zmeniť váš biznis? Čo o nej viete?
- Pozrite sa na podobné technológie v minulosti – napr. digitálna fotografia, internet, mobilná komunikácia a i.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 19 – spoj dva trhy

Popis

- Cirque du Soleil spojil trhy cirkusu a divadla
- Podobne dochádza k prepájaniu trhov napríklad – knihy/občerstvenie, šport/zábava a nákupy, sladkosti/hračky a pod.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 20 – spoj dva produkty

Popis

- S firmou, ktorá vyrábala kočíky a bicykle sme hľadali strategické smerovanie a objavili sme kočík spojený s bicyklom
- Pivný nápoj spája pivo a limonádu, v tlačiarňi je kopírka a skener, v telefóne fotoaparát...

Príklady



Vaša inšpirácia?

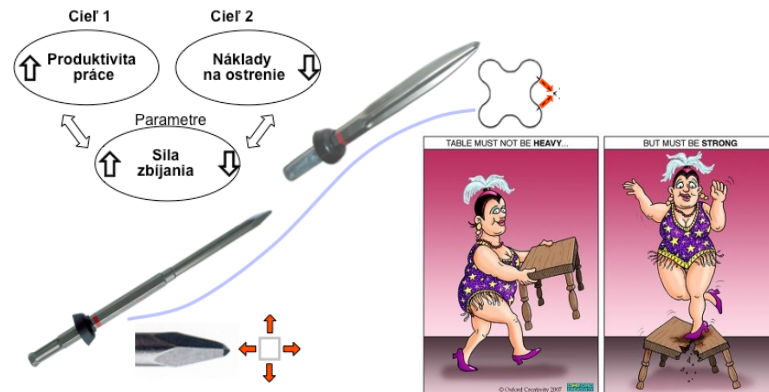
Váš plán a akcia?

Princíp 21 – spoj protirečenia

Popis

- Najlepšie riešenia vznikajú vyriešením protirečenia – napríklad samoostrenie nástroja eliminuje protirečenie produktivita/opotrebenie
- Protirečenia - pevnosť/ hmotnosť, výkon/spotreba, kvalita/cena, a i.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 22 – pridaj srdce, emócie, tradíciu

Popis

- Emócie spojené s produktom alebo službou sa ťažko kopírujú – retro, tradícia, patriotizmus, spomienky
- Veľkú časť rozhodovania pri nákupe ovplyvňujú emócie a nie iba racionálne argumenty a čísla

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 23 – dizajn

Popis

- Dizajn nie je iba “pekný vzhľad”, ale aj jednoduchosť obsluhy a funkčnosť
- Dizajn a obal často výrazne odlišujú technicky porovnateľné výrobky – príklad Loewe, Apple, OMS, Linet...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 24 – umenie

Popis

- Produkty sa prepájajú s umením, pri ich návrhu pôsobia slávni umelci a dávajú produktom nové funkcie
- Mandini vytvoril kolekcie hodín Swatch, Kompan –umelecké diela spojené s detskými ihriskami

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 25 – odstráň medzičlánky

Popis

- Medzičlánky medzi tvorcom a spotrebiteľom si často berú veľkú časť hodnoty a komplikujú vzťah
- Presadzuje sa priamy predaj bez zložitých a drahých sprostredkovateľských a dilerových sietí


Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 26 – pridaj kult, status pocit výnimočnosti

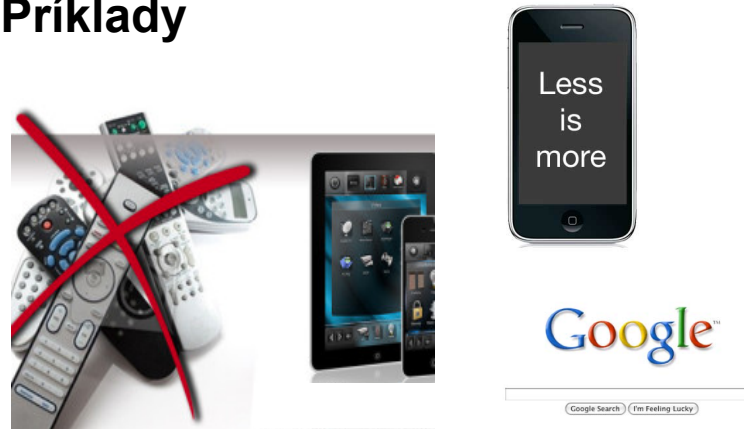
<p>Popis</p> <ul style="list-style-type: none">- Kultové výrobky a firmy, kluby, spoločenstvá, kde má zákazník pocit príslušnosti k výnimočnej skupine- Značka ako životný štýl, status, pocit sebavedomia, životných hodnôt	<p>Príklady</p>  <p>The examples shown are: 1. A hand holding a Bernard beer bottle with the text 'BERNARD VÁS VE ŠTYCHU NENECHÁ' and a red cross icon. 2. A doctor in a white coat with a stethoscope. 3. The Harley-Davidson Motor Cycles logo and a 'VIP CLUB ARE YOU A MEMBER YET?' badge.</p>
<p>Vaša inšpirácia?</p>	<p>Váš plán a akcia?</p>

Princíp 27 – zjednodušuj

Popis

- Sme obeťami zložitosti všade okolo nás
- Zjednodušovanie sortimentu, používania, funkcií, obsluhy, údržby, komunikácie dáva veľké možnosti na odlišenie sa

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 28 – odstráň bariéry a strach

Popis

- Zákazníci majú často bariéry, že nie sú napríklad experti na víno, nerozumejú technickým detailom produktu, majú zábrany chodiť do fitness centra, kde sú všetci vyšportovaní a vedia obsluhovať zložité prístroje...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 29 – nájsť nezákazníkov

Popis

- Náš produkt alebo službu môže potrebovať aj skupina zákazníkov, ktorá o nás alebo našom produkte nevie, alebo sme ju ignorovali – napr. bike do auta, voda pre psov, solárko pre kone...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 30 – kustomizuj, individualizuj

Popis

- Kto dá zákazníkovi produkt alebo službu presne podľa jeho požiadaviek, za cenu štandardného, má veľkú výhodu
- Oblečenie a topánky na mieru, individuálny zákaznícky dizajn

Príklady

shirtinator



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 31 – integruj funkcie z okolia

Popis

- Výrobky a služby integrujú do seba funkcie z okolia – v mobile sú napríklad budík, rádio, kamera, noviny a knihy, stroj preberá riadiace funkcie človeka, výrobca nábytku zariaďuje celý interiér

Príklady



Vaša inšpirácia?

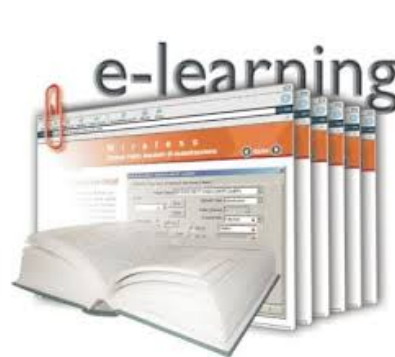
Váš plán a akcia?

Princíp 32 – naplň potrebu v inom čase

Popis

- Zákazníci používajú naše výrobky a služby v určitom čase. Dá sa tento čas rozšíriť?
- Štúdium počas jazdy v aute, lyžovanie v lete, 24 hodinový servis, polnočný bufet, zimné kúpanie...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 33 – naplň potrebu na inom mieste

Popis

- Naša služba alebo produkt sa používajú na určitých miestach, je možné tieto lokality rozšíriť?
- Napr. opera v kameňolome, oddych v práci, šport v domácnosti, štúdium doma, občerstvenie na púšti...

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 34 – nech si to zákazník urobí sám

Popis

- Zákazníkovi predáme komponenty, z ktorých si výsledné riešenie urobí sám – princíp IKEA, švédske stoly, internet banking, Lego, zákazník si môže aj sám pripraviť ponuku, konfigurovať produkt a pod.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 35 – nech sa to urobí samo

<p>Popis</p> <ul style="list-style-type: none">- Zákazníkova požiadavka sa urobí sama, automaticky, niekedy aj bez potreby fyzického produktu – samoinštalácia porogramu, cloud computing, automatická platba kartou, automatická identifikácia...	<p>Príklady</p> <p>Bez klávesnice Bez kľúča Bez otvárača</p> <p>Bez šnúrok Bez krytky Bez otvárača</p> <p>Bez bankoviek Bez papiera Bez kábla</p>
<p>Vaša inšpirácia?</p>	<p>Váš plán a akcia?</p>

Princíp 36 – vťahni do inovácie zákazníka

Popis

- Zákazník je spolutvorca inovácie, firma Lego mu napríklad umožňuje vymýšľať nové stavebnice, firma OMS nové koncepty osvetlenia, firma Swarovski nové návrhy hodínok a pod.

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 37 – inovuj celý podnikateľský systém

Popis

- Najsilnejšie sú inovačné riešenie na úrovni podnikateľského systému – od zákazníka, cez komunikačný a distribučný systém, produkt a službu, až po procesy, činnosti, zdroje a partnerskú sieť - CANVAS

Vaša inšpirácia?

Príklady



Váš plán a akcia?

Princíp 38 – premeň nevýhodu na výhodu

Popis

- Toyota nemala zdroje a musela sa naučiť vyrábať široký sortiment pri minimálnych zásobách, Bernard nemal peniaze na pasterizáciu a využil mikrofiltráciu, cukríky Verbena vznikli na linke, ktorá nemala odbyt

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 39 – pridaj radosť, vášeň a cit

Popis

- Boli ste v reštaurácii, kde kuchár varí s láskou a čašníkov práca baví, alebo v nemocnici, kde sa personál správa s citom a láskou k pacientom, alebo v kníhkupectve, kde predavač miluje knihy?

Príklady



Vaša inšpirácia?

Váš plán a akcia?

Princíp 40 – pridaj zmysel

Popis

- Nie peniaze, ale zmysel toho, čo robíme nás motivuje a dáva nám energiu. Je toľko nevyriešených problémov na svete, kde môžeme byť užitoční, ale môžeme získať aj spokojnosť a šťastie v službe druhým

Vaša inšpirácia?

Príklady



nárč
detské krízové
centrum

Váš plán a akcia?

Zhrnutie – čo je dôležité pri inováciách?

1. Čas, kapacity a zdroje
2. Metodika
3. Kultúra firmy
4. Organizácia a projektové riadenie
5. Správni ľudia a ich motivácia

Čo chýba vo vašej spoločnosti?