

**i**  
**InnoCo**



***W kierunku ciągłej innowacji***

*Jak pogodzić ogień i wodę?*

***Luk Palmen***

***Prezes Zarządu InnoCo sp. z o.o.***

**Szybko zmieniające się rynki**

**Szybko dostrzegać**

**Szybko gromadzić**

**Szybko wdrożyć**

**Szybko wycofać**

## Bezpieczeństwo



## Wrażenia



## Co nas inspiruje?

### Zdrowie

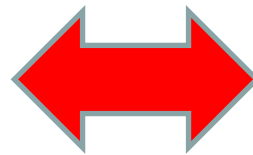


### Ekologia



## **NOWE ROZWIĄZANIE**

PROSTOTA  
WYGODA  
DOSTĘPNOŚĆ  
KORZYSTNA CENA

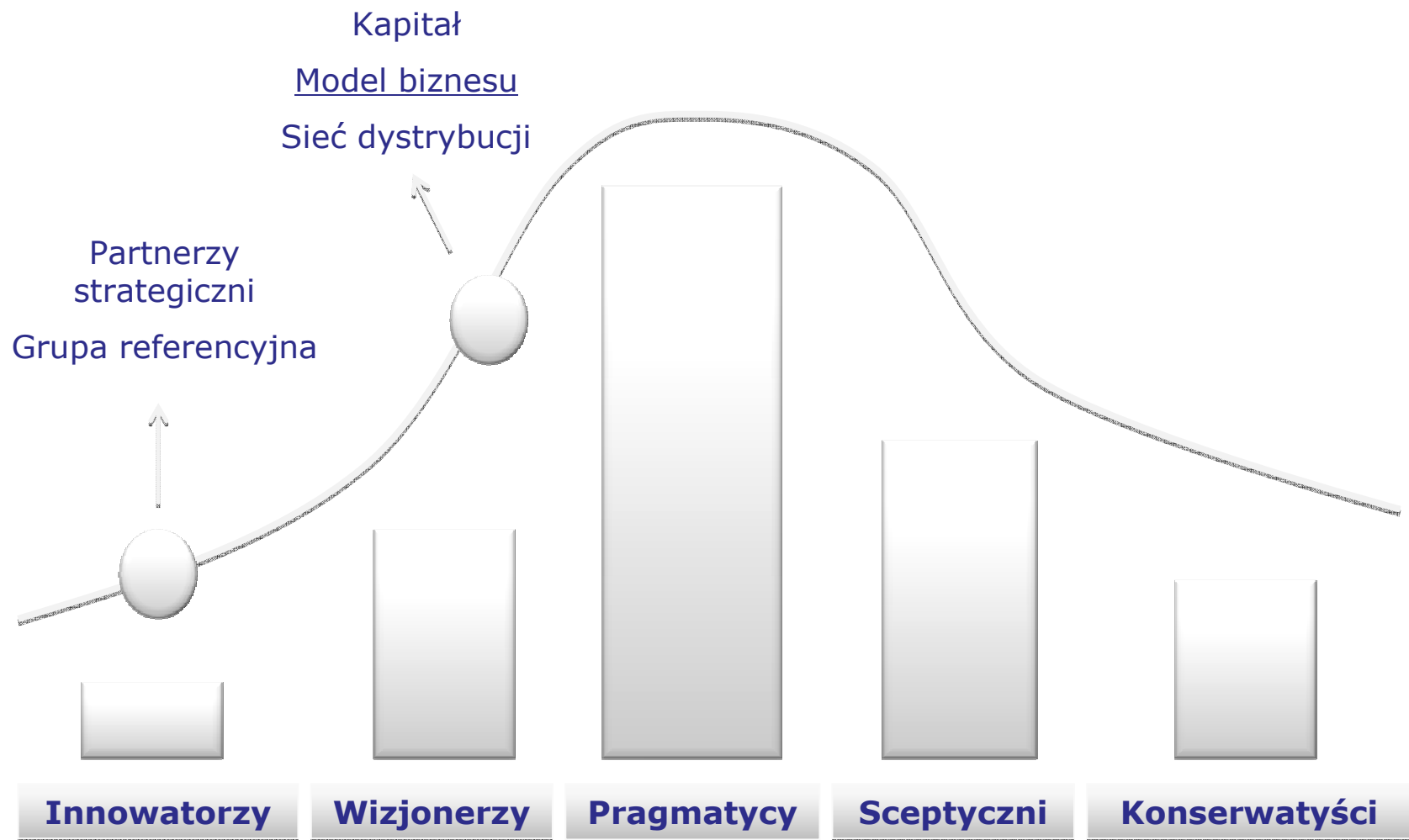


## **BARIERA U KLIENTA**

UMIEJĘTNOŚCI  
CZAS  
DOSTĘPNOŚĆ  
ZAMOŻNOŚĆ

# Pokonać obawy wobec tego, co nieznanne

- **Relatywna przewaga:** Im większa przewaga nowego rozwiązania wobec obecnych rozwiązań, tym szybciej będzie ono wchłonięte przez rynek.
- **Widoczność:** Im łatwiej klienci mogą obserwować zalety i korzyści nowego rozwiązania, tym szybciej będą gotowi je przejmować.
- **Łatwość eksperymentowania:** Im łatwiejszy dostęp klienta do wypróbowania nowego rozwiązania, tym szybsze jego przekonanie do zakupu.
- **Prostota:** Im prościej nowe rozwiązanie wygląda, tym szybciej klient chce je wypróbować.
- **Odczuwalne ryzyko:** Im mniejsze jest odczuwalne ryzyko, tym bardziej klient będzie przychylny do spróbowania.
- **Odczuwana „pilność”:** Jak pilnie klient potrzebuje nowego rozwiązania, aby sprostać określonym potrzebom? (innowacje w branży zdrowia w porównaniu do innowacji w produktach funkcjonalnej użyteczności)



# Od pomysłu do wdrożenia...

## ... nie można zapomnieć o modelu biznesu



"I observed families riding on two-wheelers—the father driving the scooter, his young child standing in front of him, his wife seated behind him holding a little baby. It led me to wonder whether one could conceive of a safe, affordable, all-weather form of transport for such a family."

Bezpieczny, czysty, tani samochód

Współpraca z Delphi i Bosch

50% komponentów produkowanych przez niemieckie firmy



2011  
Produkcja podwojona  
Sprzedaż ciągle umiarkowana

2008-2010  
Klienci wskazują na wady  
Problemy z instalacją elektryczną  
Niestabilny rynek sprzedaży



Ciągle poprawki w zakresie bezpieczeństwa, dodatków, serwisowania

# Nowe kierunki w globalnej gospodarce

**„Zachód”**

Rozwiązanie wysoko-  
technologiczne za  
wysoką cenę



**Chiny**

**Indie**

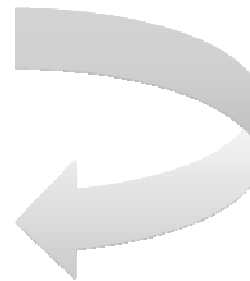
**Brazylia**

Rozwiązanie  
uproszczone  
za niską cenę

Rozwiązanie jakościowo  
rozbudowane  
za średnią cenę



Innowacje  
nowej generacji



Nowe procesy inżynierskie

Nowe funkcjonalności

Bliżej głosu światowego  
klienta

# Łączyć wodę z ogniem...

## **Małe firmy innowacyjne**

- Działają średnio od dwóch do pięciu lat
- Funkcjonują na zasadach egalitarności
- Zatrudniają prawie wyłącznie specjalistów
- Brak jest skodyfikowanych i zestandaryzowanych procesów
- Ciągłe analizują trendy
- Starają się odnaleźć swoją rolę w niszach
- Szybko przekładają wiedzę na kolejne projekty

## **Innowacyjni producenci zestandaryzowanych towarów o dużym wolumenie produkcji**

- Poddawani są presji uzyskania dużej efektywności procesów wytwarzania
- Cechują się kulturą stabilną, przewidywalną, bezpieczną i rutynową
- Dysponują szczelnymi systemami zasad i jakości
- Skupione są na ciągłym optymalizowaniu kosztów, pozycjonowaniu cenowym i uzyskaniu odpowiedniego wolumenu produkcji

## **Firmy innowacyjne o zróżnicowanej strukturze udziałowców**

- Udziałowcy określają ścieżkę rozwoju
- Kontraktowi menedżerowie działają zgodnie ze wskaźnikami
- Innowacje są ściśle związane z uzyskaniem wartości dla udziałowców
- Liczą się osiągnięcia krótkoterminowe
- W projektach skupia się w pierwszej kolejności na stopie zwrotu z inwestycji

## **Innowacyjne firmy rodzinne**

- Działają na rynku średnio od 14 lat
- Własność i zarządzanie skupione są w rękach założyciela
- Cechują się specyficzną „rodzinną” kulturą organizacyjną
- Wobec zmian wykazują się elastycznością
- Decydują się na ponadstandardowe procesy produkcyjne oraz ryzykowne przedsięwzięcia w niszach rynkowych
- Są nastawione na „ewolucyjny” rozwój oparty na znanych wzorcach i własnej intuicji

# Do jakich innowacji zmierzamy?

- Jaka jest strategia firmy?
  - Jakie zasoby mogą być angażowane w procesach innowacyjnych?
  - Jak dobrze firma rozumie mechanizmy rynkowe?
  - Jakiego rodzaju ryzyko firma jest gotowa podjąć?
- 
- Rodzaje innowacji (od bezpiecznych do bardziej ryzykownych)
    1. Innowacja inkrementalna (usprawnienie produktów i procesów)
    2. Nowe wzornictwo (wzrost wartości dodanej dzięki wprowadzaniu zmian we wzornictwie oraz angażowaniu klientów w procesy wytwarzania produktu)
    3. Nowy model biznesu (nowy sposób wprowadzania produktu na rynek)  

---
    4. Dodawanie funkcjonalności (rozbudowa produktu)
    5. Połączenie istniejących technologii i stworzenie produktu z większą wartością dodaną
    6. Nowa technologia łamiąca obecne kanony

# Zabójcze dylematy

- Czy dać szansę wszystkim pomysłom czy tylko wybranym?
- Czy dać pomysłodawcom szansę na kierowanie ich projektem, czy doświadczonym menedżerom?
- Czy polegać wyłącznie na własnym personelu, czy zaangażować ludzi z zewnątrz?
- Czy najpierw zdobyć wszystkie niezbędne zasoby we własnym zakresie, czy szukać partnerów, którzy już dysponują tymi zasobami?
- Czy najpierw dopracować projekt tak, by wynik był zadawalający; czy już eksperymentować na zewnątrz?

# Podsumowanie

1. Szybkość reagowania na szanse na rynku
2. Strategia rozwoju firmy
3. Strategiczne zasoby
4. Zabezpieczenie strategicznych zasobów
5. Zaufanie
6. Wiedza o własnych możliwościach i możliwości innych
7. Zdolność do współdziałania
8. Konsekwentność
9. Gotowość do wprowadzenia zmian
10. Porażki jako doświadczenie w procesie ciągłego uczenia się

**Dziękuję za uwagę**

**Luk Palmen**

[www.innoco-team.com](http://www.innoco-team.com)

[www.facebook.com/InnoCo](http://www.facebook.com/InnoCo)

