

Innovationspyramiden viser vej til radikal innovation

Interessen for at skabe fremtidig vækst gennem radikal innovation er så småt ved at melde sig nu, hvor de største effekter af krisen har lagt sig og det lysner forude. Fokus skifter væk fra kun at koncentrere sig om forbedringer af operationerne i virksomheden. Det er tid til at kigge længere frem

Vi kan ikke bruge al energi på én storslået idé. Radikal innovation i et nyt produkt, koncept eller service kan kun fremdyrkes, hvis det har en base at slå rod i.

For at finde radikale innovationer, som vi alle kan leve af i fremtiden, er det nødvendigt at arbejde med mindre innovationer og have en "indslusning" af nye ideer, som kan danne grobund for, at store ideer folder sig ud.

Innovationsarbejde kan illustreres med en pyramide, som består af base, midte og top (se nedenstående figur)

Pyramidens base

Pyramidens base består af et væld af nye ideer fra både interne og eksterne kilder. Medarbejdere, underleverandører og samarbejdspartnere bidrager og også kundernes ideer inddrages, fx via brugerdreven innovation.

Nogle af disse input er måske mindre forbedringer, som kan implementeres med det samme. Effekten kan være større eller mindre.

Ideer med et større potentiale skal evalueres og modnes og kan vurderes og finpudses ved hjælp af små midler. Denne fase skal sikre virksomhedens professionelle arbejde med innovation og motivere alle i og omkring virksomheden til at deltage i en kreativ og hurtigt tilpassende virksomhedskultur.

Brugerdreven innovation har en væsentlig funktion netop her, fordi virksomheder har brug for et stort felt af gode ideer i bunden. Ved at inddrage brugere fra forskellige led af værdikæden her, udvikles en mængde nye ideer og kreative input, som kan føre til mindre forbedringer. Forbedringer, som kan tilpasses med det samme eller modnes internt i virksomheden og hurtigt evalueres, så det afklares, om de investerede ressourcer giver et godt afkast. Andre ideer ønskes der måske en yderligere bearbejdning og kvalificering af, så de evt. kan bidrage til større innovationsmuligheder.

Pyramidens midte

I midten af pyramiden findes en kerne af nye muligheder. Her opstår en vifte af projekter, prototyper og nye forretningsområder med vækstpotentiale. Det er muligheder, som skal være indsatsområder i sig selv og som typisk skal testes og udvikles yderligere.

Her kan virksomheden tage store udviklingskridt fremad ved at inddrage eksperter og forskere, der kan give de nødvendige nye faglige input i processen. Samtidig er det her oplagt at undersøge, om der internationalt findes resultater eller undersøgelser, som kan understøtte udviklingen positivt. Innovation i pyramidens midte kan beriges af samarbejde med vidensinstitutioner eller forskere, der i forvejen arbejder inden for området.

Pyramidens top

I toppen finder vi de få store satsninger. Her sættes retningen for fremtiden. Det er nye teknologier, nye vækstområder og temaer, som ledelsen prioriterer højt i forhold til ressourcer og opmærksomhed, fordi de har potentiale som nye radikale innovationsmuligheder. Disse store satsninger er samtidig kilde til inspiration for nye ideer i bunden af pyramiden.

I toppen af pyramiden kan eksterne input og involvering blive problematisk, for nu handler det om virksomhedens fremtidige forretningspotentiale, og det nødvendiggør måske en vis hemmeligholdelse.

Omvendt er det også nu, at der investeres mange ressourcer, så det kan være risikabelt ikke at afprøve og evaluere arbejdet løbende – fx sammen med ”first movers”, ved at udarbejde en avanceret prototype og i slutfasen en beta-testning i en lukket kreds.

Pyramiden også relevant for mindre virksomheder

Det er meget forskelligt, hvor i innovationspyramiden, virksomheder har aktiviteter. Nogle nøjes måske med et enkelt niveau – andre er i fuld gang med dem alle. Temperament og ressourcer er med til at definere, hvor aktivt en virksomhed leder efter radikal innovation.

Udfordringen for Bolig & Beklædningsbranchen er, at virksomheder arbejder på flere markeder, som ofte efterspørger noget forskelligt. Det kan derfor virke uoverskueligt at inddrage brugere fra alle relevante markeder i en eller flere faser af innovationspyramiden. Og nøjes man med kun at invitere samarbejdspartnere og brugere fra et marked; ja, så risikerer man, at bredden og nuancen af ideer ikke bliver tilstrækkelig. Kunsten er derfor at åbne op mod de største markeder, hvis man ikke har ressourcer og muligheder for at afprøve dem alle i starten - eller at gå til de markeder, som dikterer eller er længere fremme i accept af nye teknologier, produkter og koncepter.

Det er vigtigt at undersøge, hvilke eksperter, forskere og brugere det er relevant at inddrage. Her er man nødt til at tage udgangspunkt i erfaringer med nuværende markeder, og hvad eksperterne arbejder med i øjeblikket. Her kan det anbefales at benytte professionelle udvælningsbureauer, for fx at sammensætte den korrekte gruppe af brugere fra relevante markeder til et givent formål. Man kan også inddrage videncentre med overblik og indsigt i ledende forskere og eksperter indenfor et specifikt område; herunder lignende internationale udviklings- og forskningsprojekter.

Innovation er ikke kun for store virksomheder. Små og mellemstore virksomheder kan arbejde med deres egen udgave af innovationspyramiden. Innovationsnetværket Livsstil - Bolig og Beklædning afdækker og udvikler tilbud til pyramidens base, midte og top.

Du er altid velkommen til at kontakte os for en snak om, hvordan du kan komme i gang med at opbygge netop jeres innovationspyramide. En anden mulighed er at deltage i et projekt, der passer til jeres interesse for inspiration, ny viden eller international scouting på et konkret område. Kontakt os på 96166200 for en uforpligtende snak.

