

Virksomhederne Pressalit og Hummel fik implementeret innovation og kreativitet i deres strategi og forretningsmodel under workshoppen "Strategisk design og forretningsudvikling", der samtidig gav dem værdifuld sparring og et udvidet netværk.

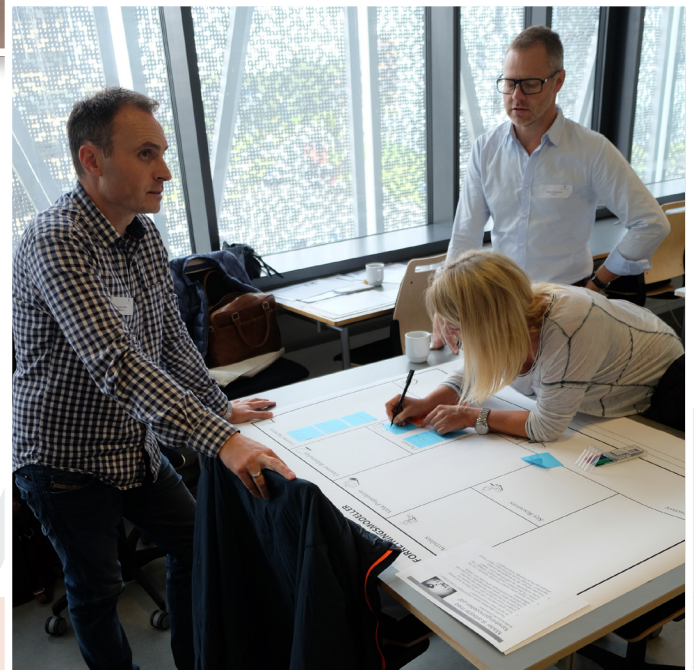
Dansk forretningsudvikling får kreativt boost



Kernen i "Strategisk design og forretningsudvikling" er nye, innovative tilgange til teknologier, tendenser og strategier, der skaber gode udviklingsresultater i et konkurrerende marked. Toiletsæde- og hjælpemiddelvirksomheden Pressalit og sports- og leisure wear-virksomheden Hummel deltog i workshoppen, og hos Pressalit arbejder de nu med optimering af den unikke kundeoplevelse. "Vi blev præsenteret for 'Customer Journey Mapping'-metoden, og den har vi implementeret i vores organisation," fortæller Angela Leth, Business Development Manager hos Pressalit. Nu kommer virksomheden tættere på kundens behov og skaber derfor nye tilgange til de forskellige markeder og kundegrupper: "Metoden hjælper os med at tænke helhedsorienteret, fordi vi belyser hele kundeoplevelsen fra start til slut. Vi får en helstøbt kundeforståelse, som vi kan

bruge til at udvikle innovative produkter og services, der kommer til at påvirke beslutningsprocessen ude i markedet," siger Angela Leth, som mener, at kreativitet og innovation spiller en afgørende rolle i Pressalits forretningsmodel.

Hummel har, ud fra Red and Blue Ocean-tænkning, der handler om konkurrencesituationen, og hvilke unikke styrker man skal kommunikere til forbrugere og kunder, brugt nogle af værktøjerne fra workshoppen. "Vi fik indsigt i nye måder at tilgå positionsmodeller og strategiproceser, som kan gøre dem endnu mere effektive. De inputs har vi taget til os ved at modificere og tilpasse dem, så de matcher vores virksomhed," forklarer indkøbsdirektør hos Hummel, Per Kragh Nielsen, og peger på netværk som en af workshopforløbets helt store fordele: "Vi søger altid inspiration til at videreudvikle vores brand og kreativitet. Kursusdagene gav os mulighed for at vende problemstillinger internt og få kendskab til anderledes tankemønstre. Den sparring og netværksforøgelse, vi fik her, er vigtig i sådan en proces."



Konkurrenterne venter ikke

Evnen til at gentænke og udvikle er altafgørende i et benhårdt, globalt marked, hvor øget digitalisering og teknologi for alvor har hævet barren. Med et tre-dages workshopforløb stillede Lifestyle & Design Cluster sammen med Arkitektskolen Aarhus skarpt på, hvordan virksomheder navigerer og performer optimalt i et tempo- og konkurrencefyldt marked, der ikke har tænkt sig at trække håndbremsen.

”Workshoppen tilbød et indblik i unikke redskaber til udvikling af strategi, innovationsevne og ikke mindst forretningspotentiale. Det er vigtige parametre for at tilpasse sig den tid, vi lever i,” fortæller Lektor, cand. arch Jørgen Rasmussen fra Arkitektskolen Aarhus, der var projektleder på ”Strategisk design og forretningsudvikling”, og fortsætter: ”Målet med kursusdagene var at formidle en kreativ tilgang til forretnings- og strategiudvikling, så virksomhederne differentierer sig på det krævende globale konkurrencemarked.”

OM STRATEGISK DESIGN OG FORRETNINGSUDVIKLING

Lifestyle & Design Cluster igangsatte workshoppen ”Strategisk design og forretningsudvikling” for at skærpe danske virksomheders konkurrence- og innovationsevne inden for virksomhedsudvikling. Aktiviteterne målrettede sig tendenser, teknologier og inspiration til nytænkte forretningsmodeller samt metoder til at afkode markedsinteressen for nye produkter. De fire virksomheder, der deltog i forløbet, var Pressalit, Hummel, Dolle og Gardin Lis.

Fra Lifestyle and Design Cluster medvirkede konsortiepartnerne Arkitektskolen Aarhus, Innovation Lab, Alexandra Instituttet og Syddansk Universitet, Kolding.

Læs mere her:

<http://aarch.dk/wp-content/uploads/2015/05/indbydelse-seminar-workshop-strategiskdesign-forretn.pdf>