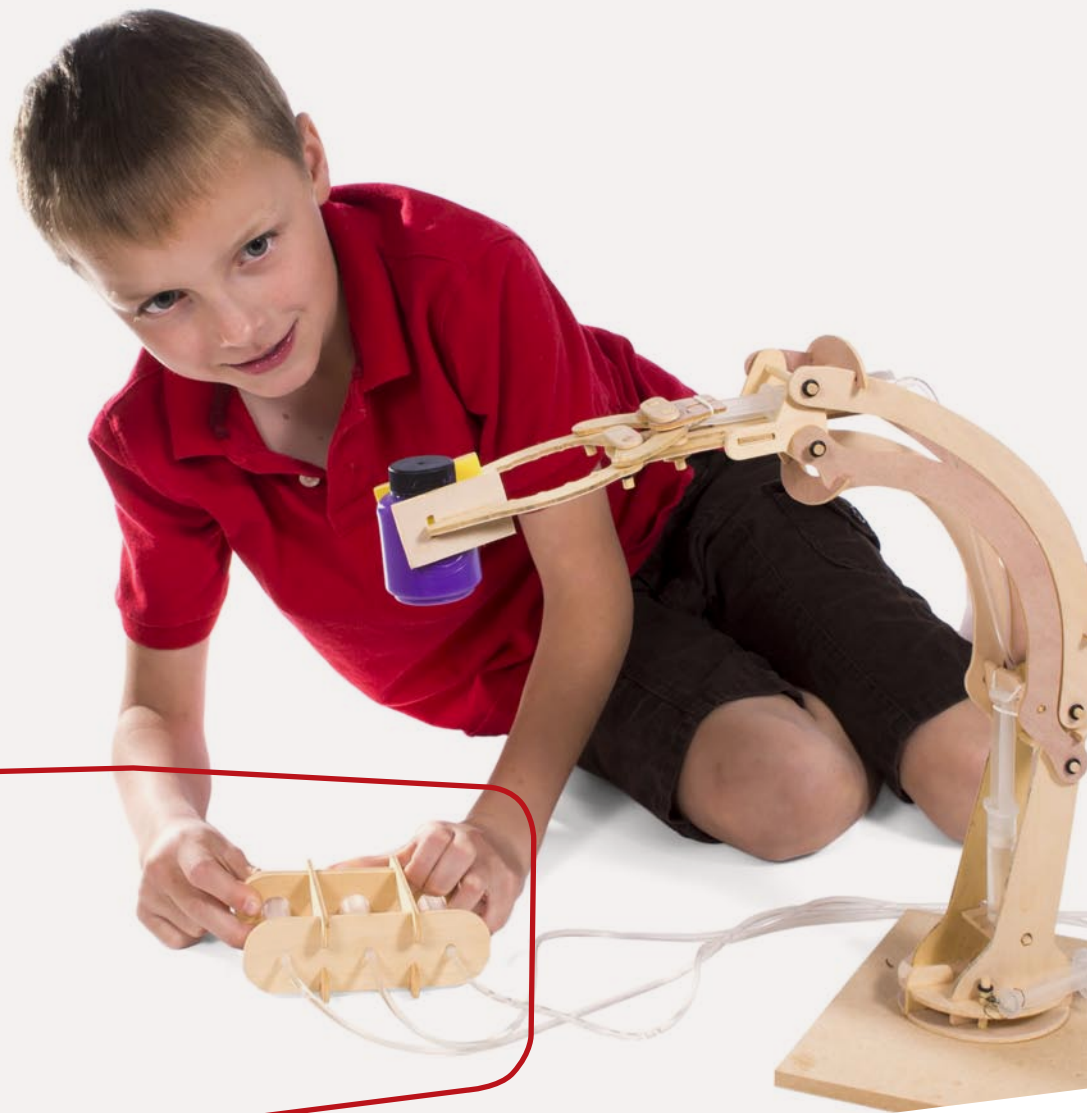


comping_ Savjeti o inovacijama



*Inovativnost je dio
našeg poslovnog koda.*

Četiri koraka za generiranje Vašeg sljedećeg koraka

Kao primjer poslovnim liderima mogao bi poslužiti pristup problemu kakvoga obično imaju dizajneri kada kreiraju inovacije. Uspješni dizajneri, naime, ideje pronalaze na naizgled nezanimljivim mjestima.

Donosimo četiri koraka za pronalaženje originalnih elemenata u neoriginalnom okružju:

- 1 Pitanje.** Nemojte postavljati očita pitanja. Pogledajte dublje i nemojte se bojati pitanja koja propitkuju temeljne postavke vašeg poslovanja i proizvoda
- 2 Briga.** Briga ne znači samo iznimnu uslugu kupcima. Upoznajte svoje klijente što je više moguće. Uronite u živote ljudi s kojima želite poslovati.
- 3 Povezivanje.** Pronađite način za okupljanje ljudi i proizvoda. Mnogi veliki pomaci su *mash-up* postojećih ideja.
- 4 Obvezati se.** Dajte obrazac za svoju ideju što je brže moguće: stvoriti prototip i početi testiranje odmah. To je jedini način da saznate jeste li dotaknuli nešto doista obećavajuće.

Izvor: *The Four Phases of Design Thinking* by Warren Berger.

Tri načina da vaša tvrtka pronađe put

Organizacije, kao i ljudi, mogu birati smjerove. Oslanjajući se na uobičajen način rada i rješavanje problema, neminovno, kao nus pojavu dobivamo sputavanje inovativnosti pa i nedostatak perspektive.

Ovdje su tri načina koji mogu pomoći organizacijama:

- 1 Izazovi racionalizacije.** Svaka organizacija ima objašnjenje zašto određene stvari radi na način na koji ih radi. Potrebno je postaviti pitanje: zašto je to standardna praksa?
- 2 Izložiti se pogreški / ili razmišljanju.** Lažne dihotomije mogu dovesti do iracionalne odluke o tome kako raditi. Ne dopustiti da su A ili B jedine opcije, predložite C ili D kao novi način rada.
- 3 Usredotočite se na dugoročne procese.** Naglasak na kratkoročno može biti zamka u dosadašnjoj praksi. Pokušajte vidjeti *big picture* i razumjeti ne samo kratkoročne dobitke, već i dugoročne posljedice.

Izvor: *Keeping Your Colleagues Honest* by Mary C. Gentile.

Manji i sigurniji koraci

Svaki se inovator nada velikom uspjehu te sve svoje napore upućuje u tom smjeru. No, u teškim ekonomskim vremenima, inovacija često zahtijeva previše rizika za organizacije i potrebnih promjena i stalnih kupaca. Umjesto snova o velikim događajima, potrebno je usredotočiti se na manje inovacije, one kraćih intervala. Potražite poboljšanja postojećih proizvoda i usluga. Koristite male i jeftine pokuse kako bi testirali nove ideje. Potražite inovacije koje je lako prilagoditi potrošačima i ne zahtijevaju velike investicije. Te će inovacije vjerojatno više odgovarati vašim dionicima i kupcima i često su dobar temelj za veće i dugoročnije proboje na tržišta.

Izvor: *Find the 15-Minute Competitive Advantage* by Rosabeth Moss Kanter.

Uvjerite i druge da prihvate rizik

Recesija je dovela do toga da se ljudi usredotoče na ono što su morali izgubiti, a ne ono što su morali dobiti. No, bez preuzimanja rizika, nema inovacija i rasta za tvrtku. Da bi drugi prihvatili rizik, potrebno im je ponuditi ideje. Pokazati im koju će groznu pogrešku izbjeći ukoliko prihvate ovakav način razmišljanja.

Izvor: *Getting Others to Embrace Risk* by Heidi Grant Halvorson.

Koristite ograničenje kako biste potaknuli inovacije

Čini se da je kriza jednostavno uklonila potrebu za inovacijama u današnjim organizacijama. Menadžeri vjeruju da će, lišavajući se resursa za neke projekte, potaknuti inovacije. Iako je to ponekad istina, ipak je bolje koristiti se ograničenjima, nego potpunim lišavanjem resursa. Ljudski mozak reagira na podražaje; dok je list prazan, reagira uplašenošću/strahom, a jedno ili dva ograničenja mogu itekako stimulirati. Eksperimentirajte s jasno definiranim problemom i hitnom nužnošću rješavanja potrebe. No, ne stvarajte lažnu hitnost odbijajući financirati projekt. Tim koji treba provesti inovacije ne bi trebao gubiti svoje kreativnu energiju na pronalazak resursa.

Izvor: *Necessity, not Scarcity, is the Mother of Invention* by Teresa Amabile and Steve Kramer.