

INNOVANT EN EL SEGLE XXI

La importància de la innovació a l'empresa

Sant Sadurní d'Anoia, Febrer 2017



Iniciativa:



Amb el suport:



PROGRAMA NEXES INNOVA

1. JORNADA D'INTRODUCCIÓ

- **Ponència d'introducció a la innovació.** Presentació inspiracional i exemplificativa **d'empreses** que han assolit resultats tangibles aplicant la innovació.
- **Presentació del programa NEXES INNOVA**
- **Viu en primera persona l'èxit de Recaredo.**

→ 3 febrer 2017 de 10:00 a 12:00 h



CAVA RECAREDO
Tamarit 10, Apartat 15 - 08770
SANT SADURNÍ D'ANOIA
(Barcelona)

*Coneix la nova
sala de tast!*

2. FORMACIÓ A L'EMPRESA

■ TENDÈNCIES PER INNOVAR

Presentarem les principals macroten-
dències socials, econòmiques i
tecnològiques que representen una
**font d'oportunitat per a noves iniciati-
ves i projectes d'innovació empresa-
rial.** Transformarem les macroten-
dències globals en reptes de negoci.



→ 15 de febrer 2017 de 9:30 a 18:30 h

■ CONEIXEMENT DEL MEU CLIENT



Emprant diferents tècniques de
Design Thinking, treballarem en
la **identificació de les demandes
del nostre client.** Veurem com
les seves necessitats són una
font d'oportunitats per innovar.

01 de març 2017 de 9:30 a 18:30 h ←

KARTOX

Coneix el cas
d'èxit de Kartox!

3. TUTORIA PERSONALITZADA



ABORDANT ELS REPTES INDIVIDUALS

En una sessió de **mentoratge individual** de 4 hores treballarem per
identificar oportunitats d'innovació a l'empresa en base a les particulari-
tats **específiques de cada participant:**

■ BENCHMARKING:

Entendre què fa la **competència per la identificació d'oportuni-
tats d'innovació i diferenciació.**

■ ANÀLISI INTERN DE LA COMPANYIA:

Identificació d'oportunitats d'innovació en cadascuna de **les
àrees internes:** operacions, logística, comercial, marketing,
RRHH, etc.

REFLEXIÓ CONJUNTA

Definirem i identificarem **oportunitats i reptes** d'innovació suscepti-
bles de ser **abordats per l'empresa.**

CONTINGUT

- I. QUÈ ÉS LA INNOVACIÓ
- II. 5 MITES SOBRE LA INNOVACIÓ
- III. CONCEPTES CLAU PER A LA INNOVACIÓ
- IV. CONVERTIR-SE EN UNA EMPRESA INNOVADORA
- V. TIPUS D'INNOVACIÓ
- VI. CASOS D'ÈXIT



II. 5 MITES SOBRE LA INNOVACIÓ

III. CONCEPTES CLAU PER A LA INNOVACIÓ

IV. CONVERTIR-SE EN UNA EMPRESA INNOVADORA

V. TIPUS D'INNOVACIÓ

VI. CASOS D'ÈXIT

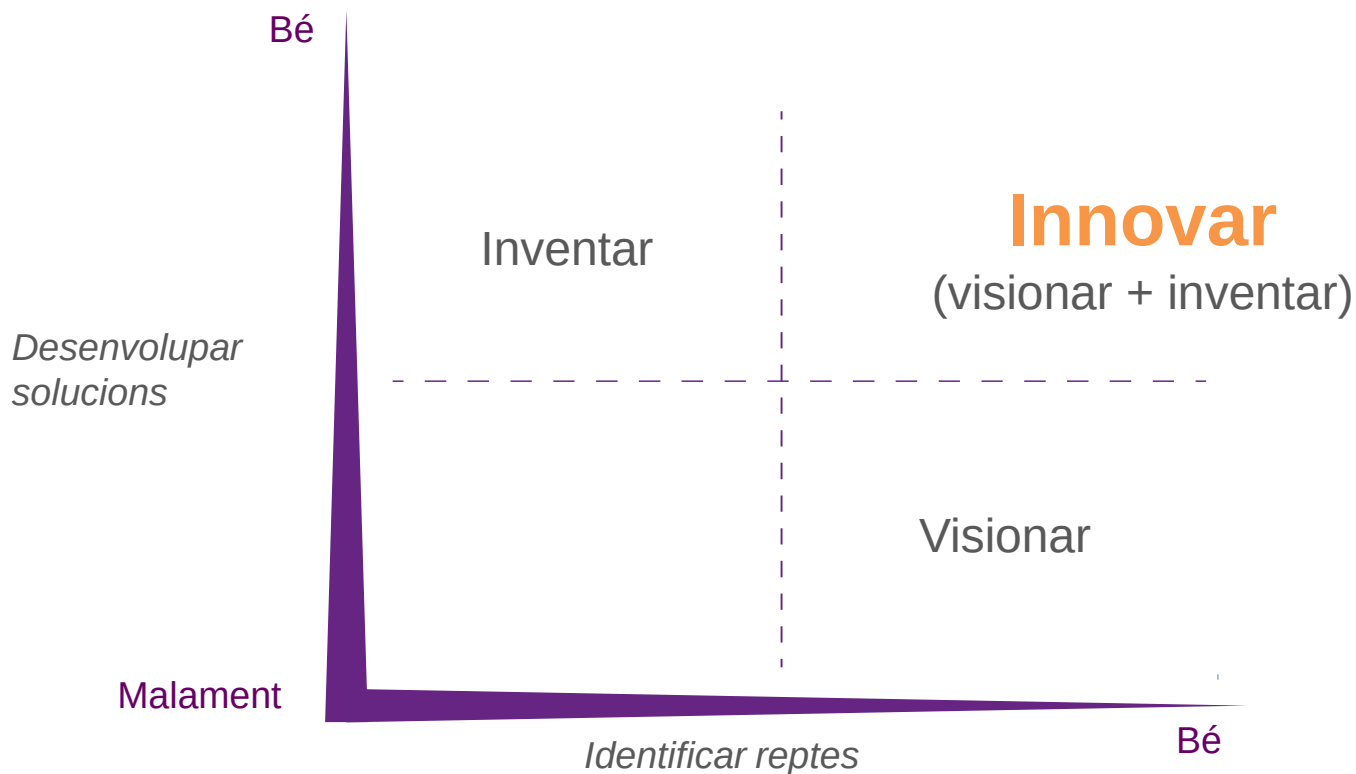




INNOVAR:

TRANSFORMAR REPTES
EN NOVES **SOLUCIONS DIFERENCIALS** QUE
APORTEN VALOR AL CLIENT/USUARI I A
L'EMPRESA

Innovar = visionar x inventar



I. QUÈ ÉS LA INNOVACIÓ

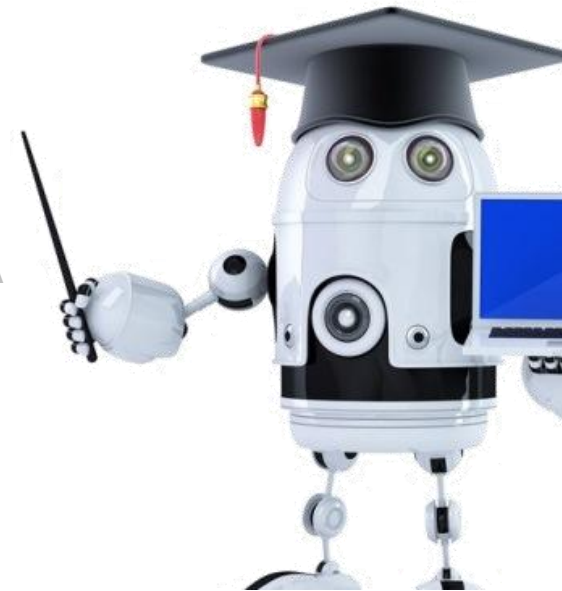
II. 5 MITES SOBRE LA INNOVACIÓ

III. CONCEPTES CLAU PER A LA INNOVACIÓ

IV. CONVERTIR-SE EN UNA EMPRESA INNOVADORA

V. TIPUS D'INNOVACIÓ

VI. CASOS D'ÈXIT



- 1. Innovació i creativitat són gairebé el mateix.
- 2. Sense tecnologia o nous productes no hi ha innovació que valgui.
- 3. Només si ets un geni pots innovar. L'innovador és un inventor solitari.
- 4. Si millorem contínuament la innovació arriba sola. La innovació s'aconsegueix per casualitat.
- 5. La innovació és sempre bona i positiva.



1. Innovació i creativitat són gairebé el mateix.



2. Sense tecnologia o nous productes no hi ha innovació que valgui.



Envàs quadrat que no permet disposar de tot el producte en el moment del consum.



Envàs arrodonit que permet “cucharabilidad” i millora l'experiència de consum.



4. Si millorem contínuament la innovació arriba sola. La innovació s'aconsegueix per casualitat.

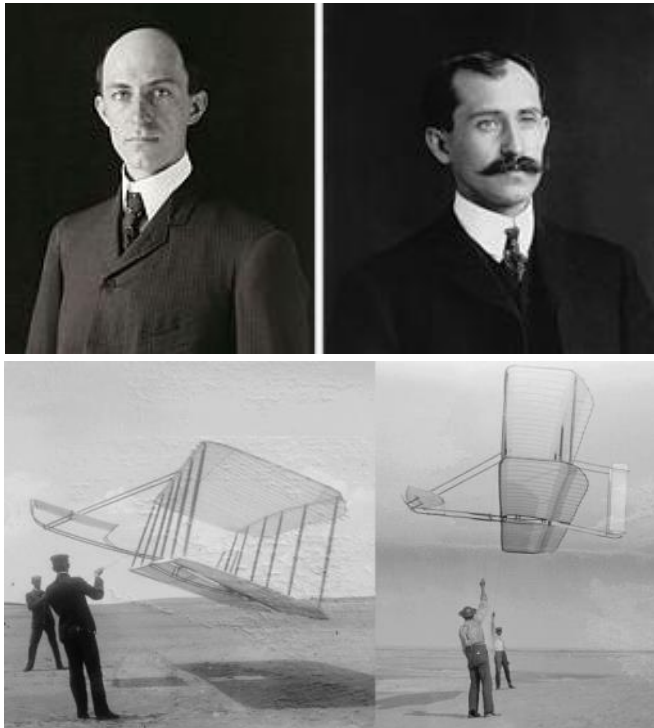


Model de negoci en la pel·lícula de KODAK.



La Fotografia digital.

5. La innovació és sempre bona i positiva.



I. QUÈ ÉS LA INNOVACIÓ

II. 5 MITES SOBRE LA INNOVACIÓ

III. CONCEPTES CLAU PER A LA INNOVACIÓ

IV. CONVERTIR-SE EN UNA EMPRESA INNOVADORA

V. TIPUS D'INNOVACIÓ

VI. CASOS D'ÈXIT



III. Conceptes clau per a la innovació

- 1. Talent
- 2. Lideratge
- 3. Cultura
- 4. Visió compartida
- 5. Estratègia
- 6. Cooperació
- 7. Model de gestió
- 8. Pressupost
- 9. Indicadors (Mètriques)
- 10. Assumir risc





1. TALENT (1/2)



EL TALENT ÉS LA
BASE DE LA
INNOVACIÓ.
PER INNOVAR ES
REQUEREIX DE
PERSONES
INQUIETES I
CAPACITADES.



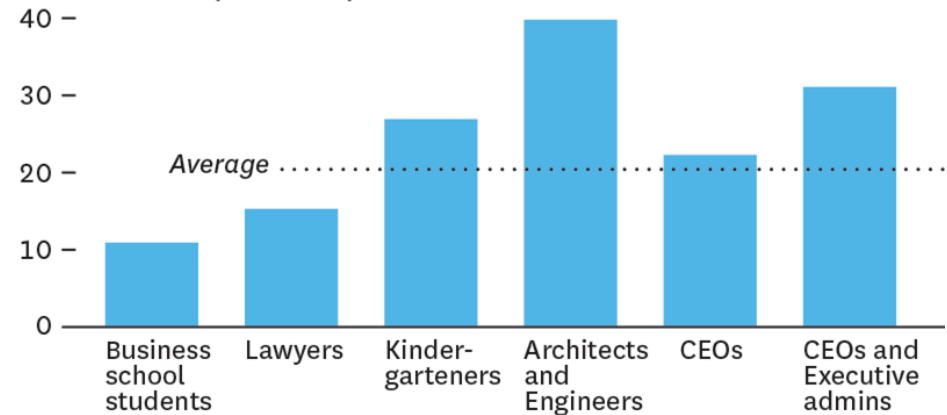
1. TALENT (2/2)



ARE YOU MORE CREATIVE THAN A FIVE YEAR OLD?

How high can you build a tower out of spaghetti and scotch tape that can hold up a single marshmallow? You've got 18 minutes. Here's how well various teams of children and adults did.

TOWER HEIGHT (IN INCHES)





2. LIDERATGE

EL LIDERATGE ÉS
L'IMPULSOR DE LA INNOVACIÓ.



IMPULSOR
del canvi



PATROCINADOR
amb recursos



MENTOR
davant el risc



CONNECTOR
per col·laborar



DECISOR
del go/no go



3. CULTURA

LA CULTURA INNOVADORA ÉS EL RESULTAT D'UN ESFORÇ DELIBERAT PER INTEGRAR LA INNOVACIÓ A L'ADN DE L'EMPRESA.



ELEMENTS PER UNA CULTURA INNOVADORA

1. Visió i Lideratge
2. Qüestionar el Status Quo
3. Entorn i Recursos
4. Talent i Motivació
5. Experimentar i córrer Riscos
6. Diversitat de Pensament
7. Col·laboració

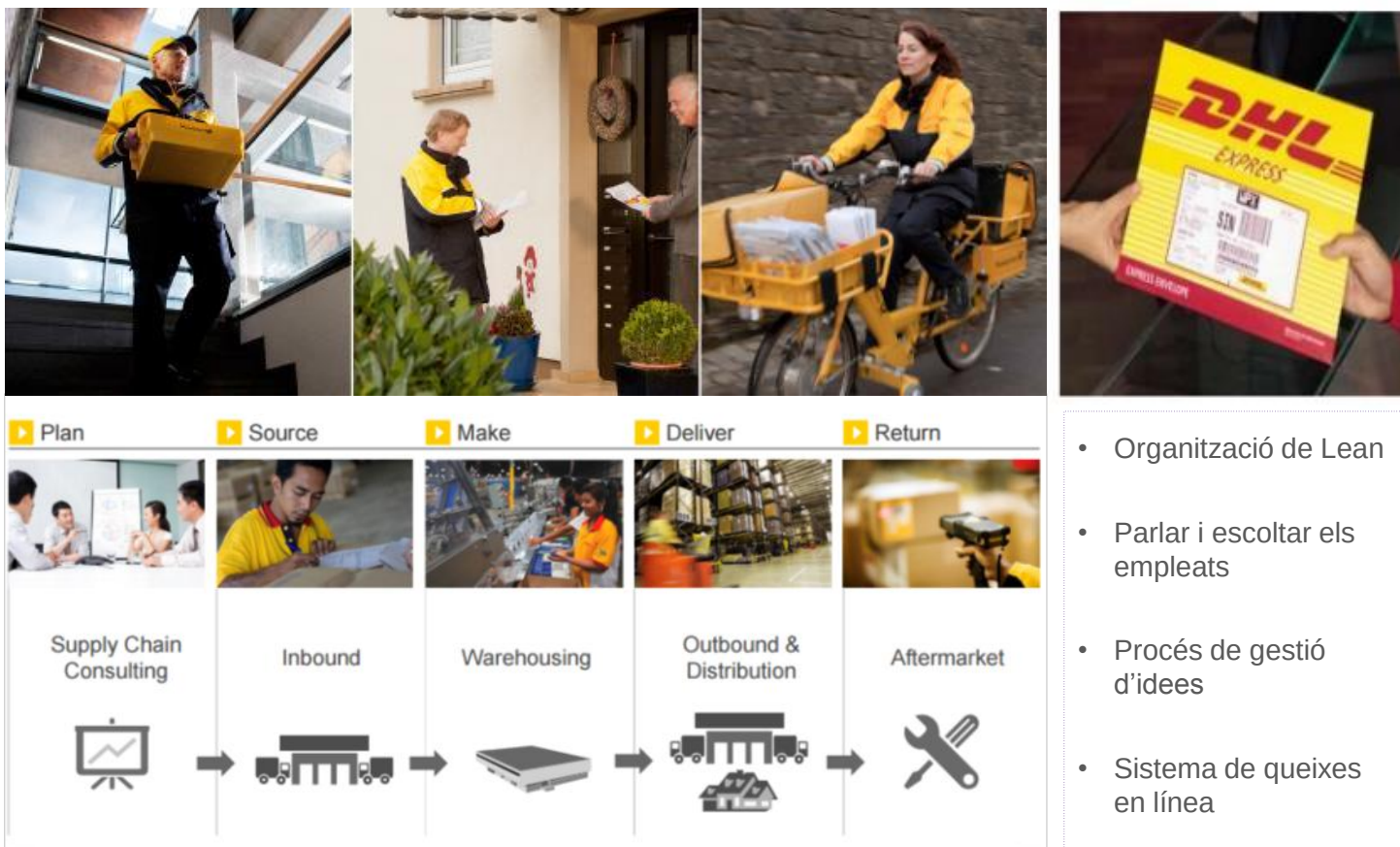
● 4. VISIÓ COMPARTIDA (1/2)



CADA EMPRESA HA DE
CONSTRUIR LA SEVA PRÒPIA
DEFINICIÓ D'INNOVAR, QUE
HAURÀ DE SER
PERSONALITZADA, CLARA,
CONCRETA I COMPARTIDA
PER TOTA L'ORGANITZACIÓ.



4. VISIÓ COMPARTIDA (2/2)



- Organització de Lean
- Parlar i escoltar els empleats
- Procés de gestió d'idees
- Sistema de queixes en línia



● 5. ESTRATÈGIA (1/2)

DISPOSAR D'UNA
ESTRATÈGIA
D'INNOVACIÓ **ALINEADA**
AMB L'ESTRATÈGIA DEL
NEGOCI ÉS UN ELEMENT
CLAU A L'HORA
D'INNOVAR DE **MANERA**
SOSTINGUDA EN EL
TEMPS I D'OBTENIR
MILLORS RESULTATS
FINANCERS.





5. ESTRATÈGIA (2/2)



6. COOPERACIÓ



INNOVAR ÉS UN PROCÉS COL·LABORATIU.

COL·LABORAR INTERNAMENT

- Directius
- Persones de R+D
- Persones de Màrqueting

INNOVACIÓ OBERTA

- Crowdsourcing
- Comunitats en línia
- Projectes open-source
- Adquisició o venda de patents
- Integració de proveïdors



6. COOPERACIÓ

Innovació oberta

CROWDSOURCING



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia





6. COOPERACIÓ

Innovació oberta

COMUNITATS EN LÍNIA



The screenshot shows the Coroflot website interface. At the top, the 'COROFLOT' logo is on the left, and navigation links 'Post a Job', 'Create a Portfolio', and 'Log In' are on the right. Below the header is a dark navigation bar with links for 'Job Board', 'People', 'Projects', 'Salaries', and a promotional banner for 'DESIGNING HERE/NOW' with a 'Get Tickets' button. The main content area has a dark blue background with a pattern of handshakes. It features a large headline 'Inspiring Talent. Exceptional Work.' with a subtext 'Design-driven companies worldwide use Coroflot to recruit a full spectrum of creative talent.' and a call to action 'Put yourself where decision makers take notice'. Below this are two orange buttons: 'Create a Portfolio' and 'Post a Job'. To the right, there is a grid of logos for partner companies: CASEOLOGY, PARTNERS & STRIDE, CONFLUENCE, Ray, PRB, and studioH2G.



6. COOPERACIÓ

Innovació oberta

PROJECTES OPEN-SOURCE



6. COOPERACIÓ

Innovació oberta

ADQUISICIÓ DE PATENTS / EMPRESES

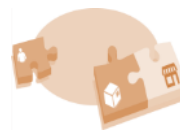




6. COOPERACIÓ

Innovació oberta

INTEGRACIÓ DE PROVEÏDORS





7. MODEL DE GESTIÓ

La cultura innovadora és el resultat d'executar i gestionar el procés d'innovar dins l'empresa de forma sostinguda i sistemàtica.





● 8. PRESSUPOST (1/2)



TOTA EMPRESA HA DE
RESERVAR, DINS LES
SEVES POSSIBILITATS, **UN**
PRESSUPOST DESTINAT A
EXECUTAR LA SEVA
ESTRATÈGIA
D'INNOVACIÓ.

8. PRESSUPOST (2/2)



NETFLIX



Streaming il·limitat en els vols



Ball en l'explicació de seguretat

● 9. INDICADORS (1/2)



S'HA DE DISPOSAR
D'UNES **MÈTRIQUES**
OBJECTIVES PER
AVALUAR, CONTROLAR
I MILLORAR EL PROCÉS
I ELS PROJECTES
D'INNOVACIÓ.



● 9. INDICADORS (2/2)

QUALSEVOL PROCÉS QUE ES VULGUI
GESTIONAR CORRECTAMENT S'HA DE **PODER
MESURAR.**

QUALSEVOL INDICADOR HA DE
SER **RELLEVANT** I RELATIVAMENT
SENZILL DE MESURAR.

- Indicadors d'input
- Indicadors de procés
- Indicadors d'output
- Indicadors de resultats





10. ASSUMIR RISC

INNOVAR IMPLICA RISC.



- I. QUÈ ÉS LA INNOVACIÓ
- II. 5 MITES SOBRE LA INNOVACIÓ
- III. CONCEPTES CLAU PER A LA INNOVACIÓ

IV. CONVERTIR-SE EN UNA EMPRESA INNOVADORA

- V. TIPUS DE INNOVACIÓ
- VI. CASOS D'ÈXIT



LA CULTURA NO CANVIA DE LA NIT AL DIA.



obertura implicació
diversió i humor confiança
desafiament curiositat
temps autonomia



EL GRAN REPTE AL QUAL S'ENFRONTEN LES
EMPRESSES NO ÉS COM INNOVAR DE TANT EN TANT,
SINÓ COM FER-HO DE **FORMA SOSTINGUDA I
SISTEMÀTICA.**



IV. Convertir-se en una empresa innovadora



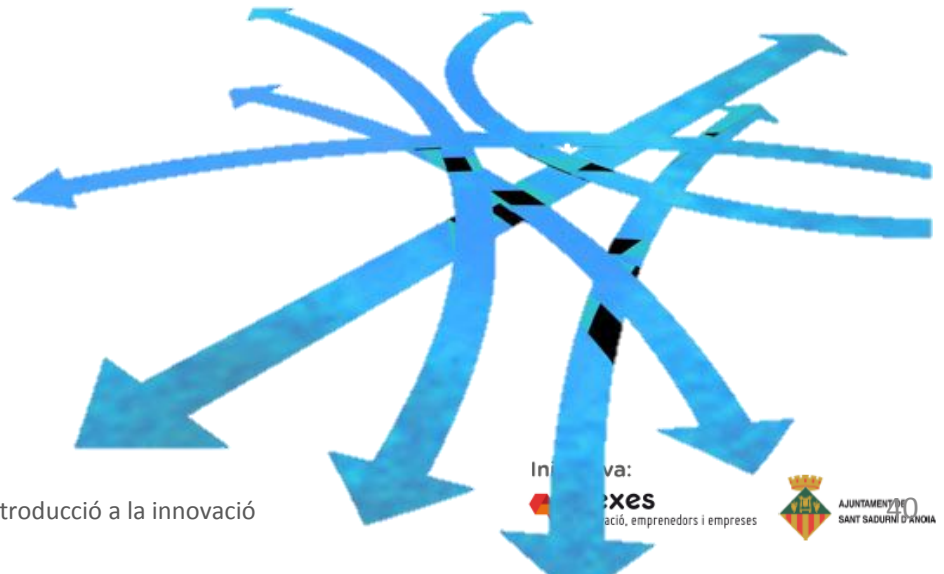
LA CONSTRUCCIÓ D'UN ENTORN QUE FOMENTI I DONI SUPORT A LA INNOVACIÓ PASSA PER COMBINAR ELS ELEMENTS SEGÜENT:

Cada empresa haurà de cercar la seva pròpia recepta per esdevenir una empresa innovadora i trobar la combinació que més escaigui per a cada cas.

- I. QUÈ ÉS LA INNOVACIÓ
- II. 5 MITES SOBRE LA INNOVACIÓ
- III. CONCEPTES CLAU PER A LA INNOVACIÓ
- IV. CONVERTIR-SE EN UNA EMPRESA INNOVADORA

V. TIPUS D'INNOVACIÓ

- VI. CASOS D'ÈXIT



V. Tipus d'innovació

1. En funció de l'objectiu

2. En funció de l'enfocament



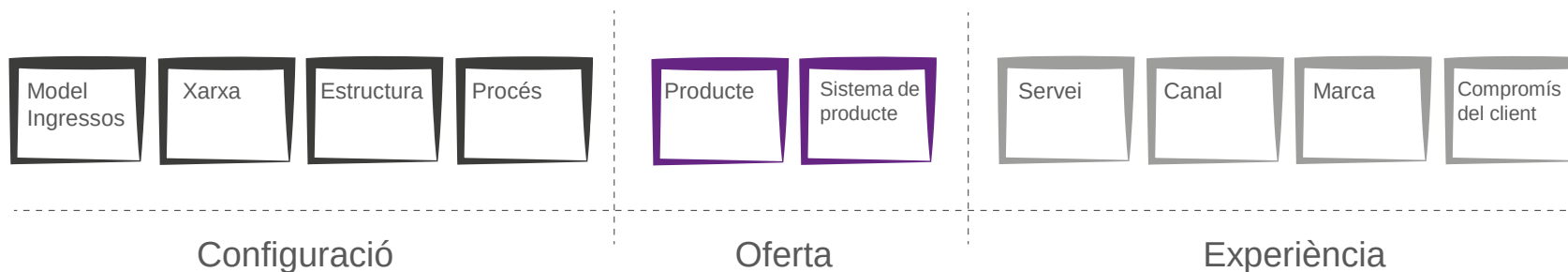
V. Tipus d'innovació

En funció de l'objectiu

MANUAL OSLO (quatre tipologies)



DOBLIN (deu tipologies)



V. Tipus d'innovació

En funció de l'enfocament

1. INNOVACIÓ BASADA EN LA TECNOLOGIA

2. INNOVACIÓ CENTRADA EN CLIENT

ETNOGRAFIA
TENDÈNCIES
DESIGN THINKING

NOVA OFERTA
(Noves capacitats)

OFERTA ACTUAL
(capacitats actuals)

USUARIS EXISTENTS

NOUS USUARIS

Evolució

Radical/
Disruptiva

Incremental

Adaptació

Adjacent

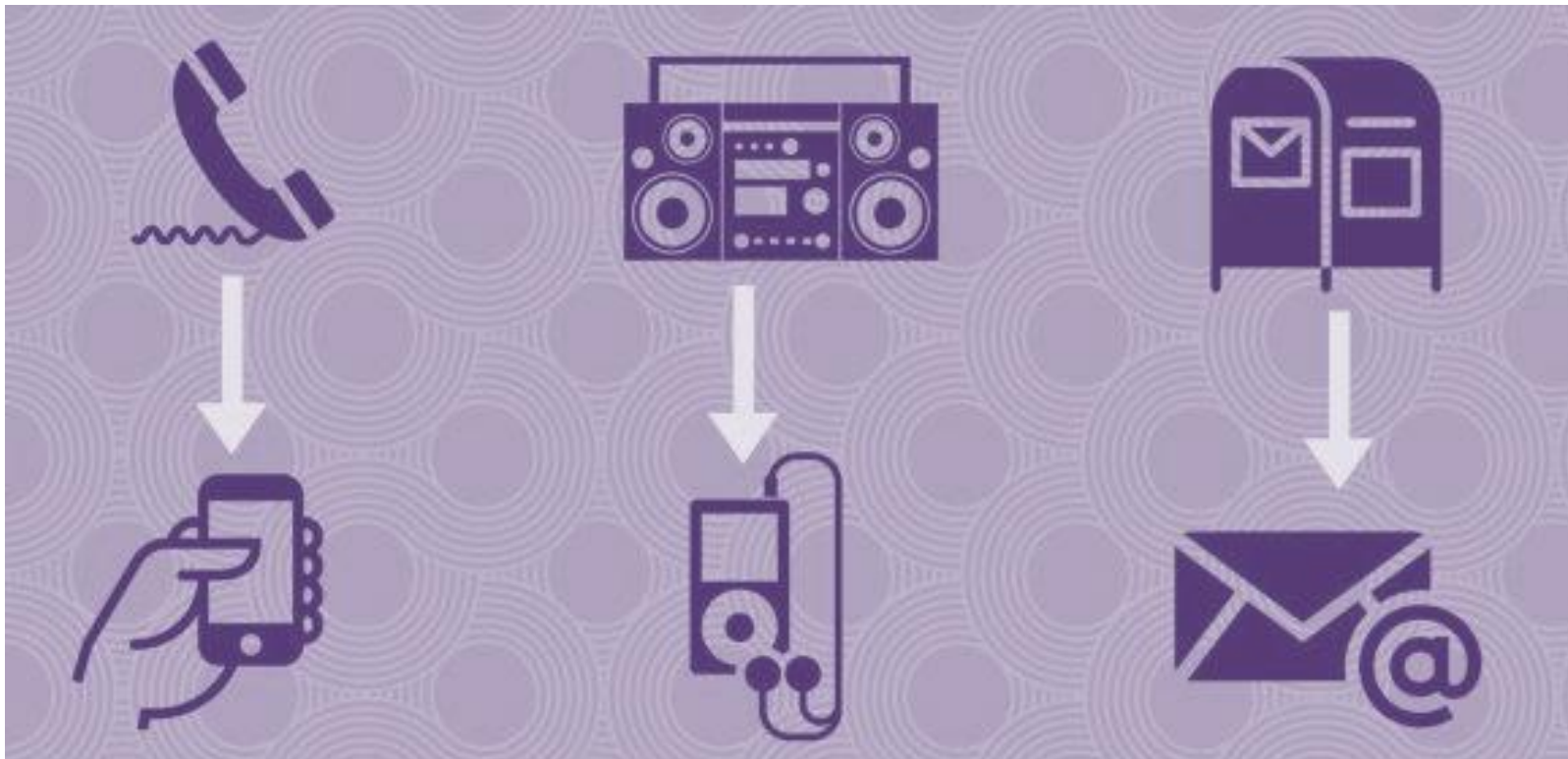
Espai de la tecnologia



PEOPLE

Espai del mercat

1. INNOVACIÓ BASADA EN LA TECNOLOGIA



2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT (1/2)



CENTRAR-SE EN EL
CLIENT/USUARI I LES
ACTIVITATS QUE
REALITZA PER
SATISFER UNA
NECESSITAT
CONCRETA, EN
COMPTES DE POSAR
L'ÈMFASI EN EL
PRODUCTE

2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

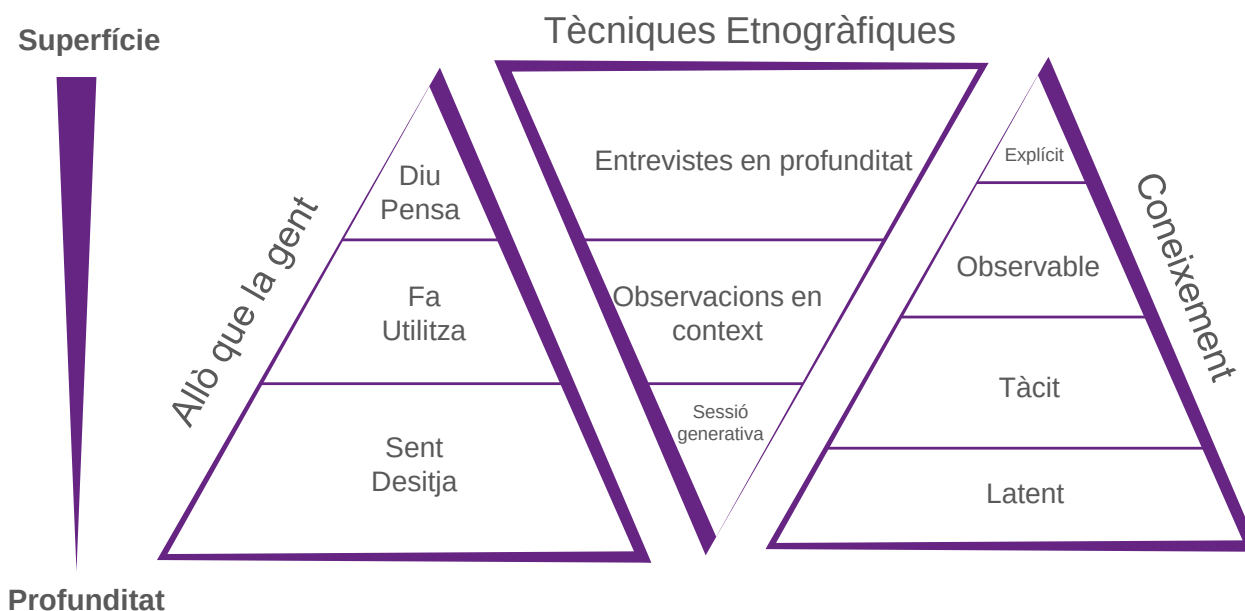
ESTUDIS EN PROFUNDITAT (1/3)

El **95%** de les decisions de consum es produeixen de manera **inconscient**.



2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

ESTUDIS EN PROFUNDITAT (2/3)



- Què diuen?
- Què pensen?
- Què fan?
- Què utilitzen?
- Què senten?
- Què desitgen

2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

ESTUDIS EN PROFUNDITAT (3/3)



Física: interacció física amb els objectes.



Cognitiva: significat que s'associa amb els objectes amb què s'interactua.



Social: comportament en grups.



Cultural: reaccions davant de normes compartides, hàbits i valors.



Emocional: manera de gestionar les emocions i els pensaments.

2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

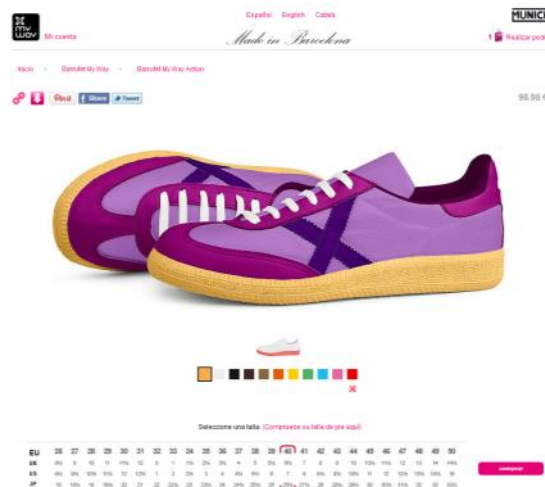
TENDÈNCIES (1/2)

TENDÈNCIES DE CONSUM



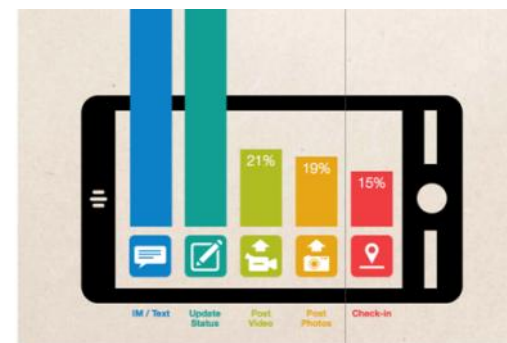
CONSUM CONSCIENT

TENDÈNCIES SOCIALS



PERSONALITZACIÓ

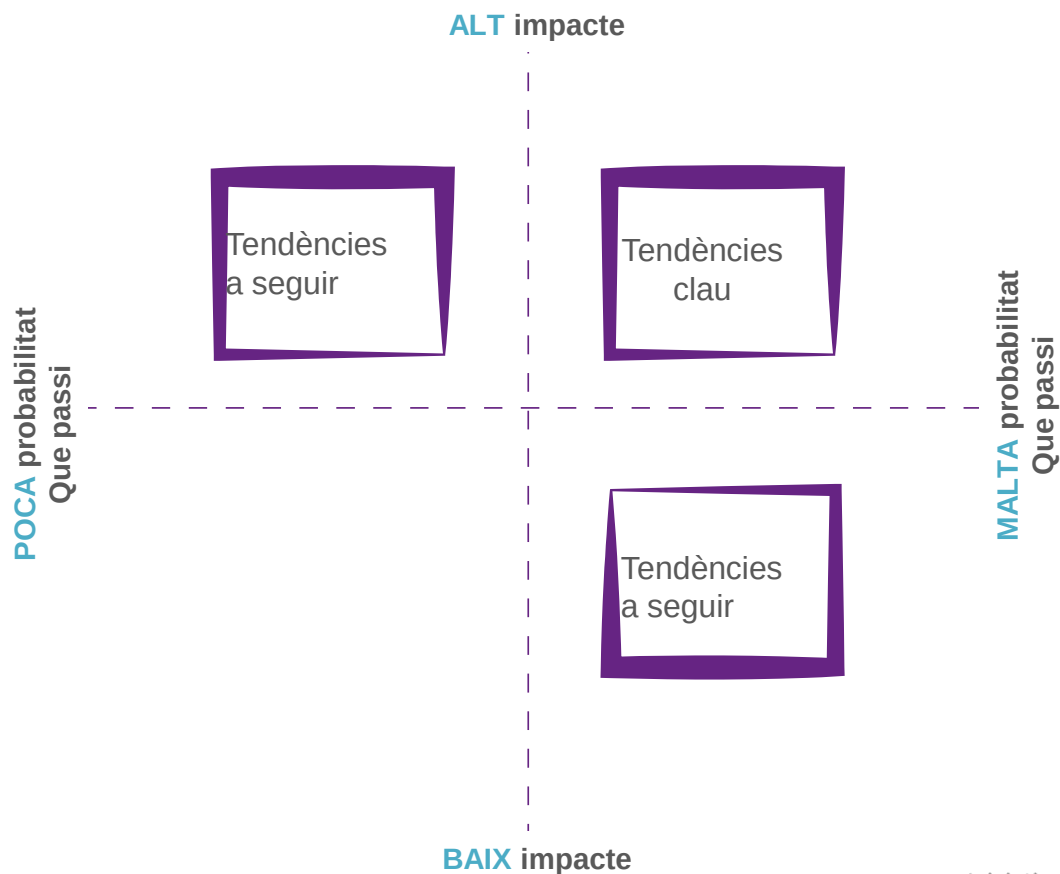
TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES



MOMENT MÒBIL

2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

TENDÈNCIES (2/2)



2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

DESIGN THINKING (1/4)

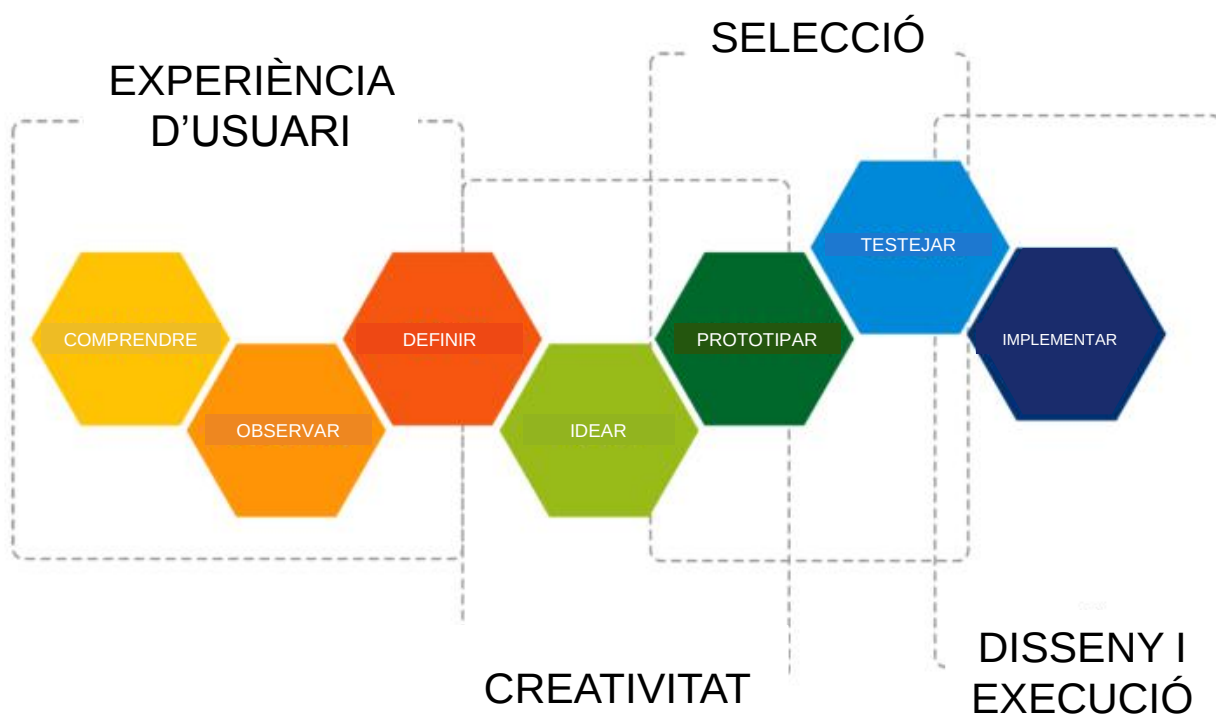
*“És una disciplina que usa la sensibilitat i mètodes dels dissenyadors per fer coincidir **les necessitats de les persones**, amb el que és tecnològicament factible i amb el que una estratègia viable de negocis pot convertir **en valor per al client** i en una **oportunitat pel mercat**”*



Tim Brown - IDEO

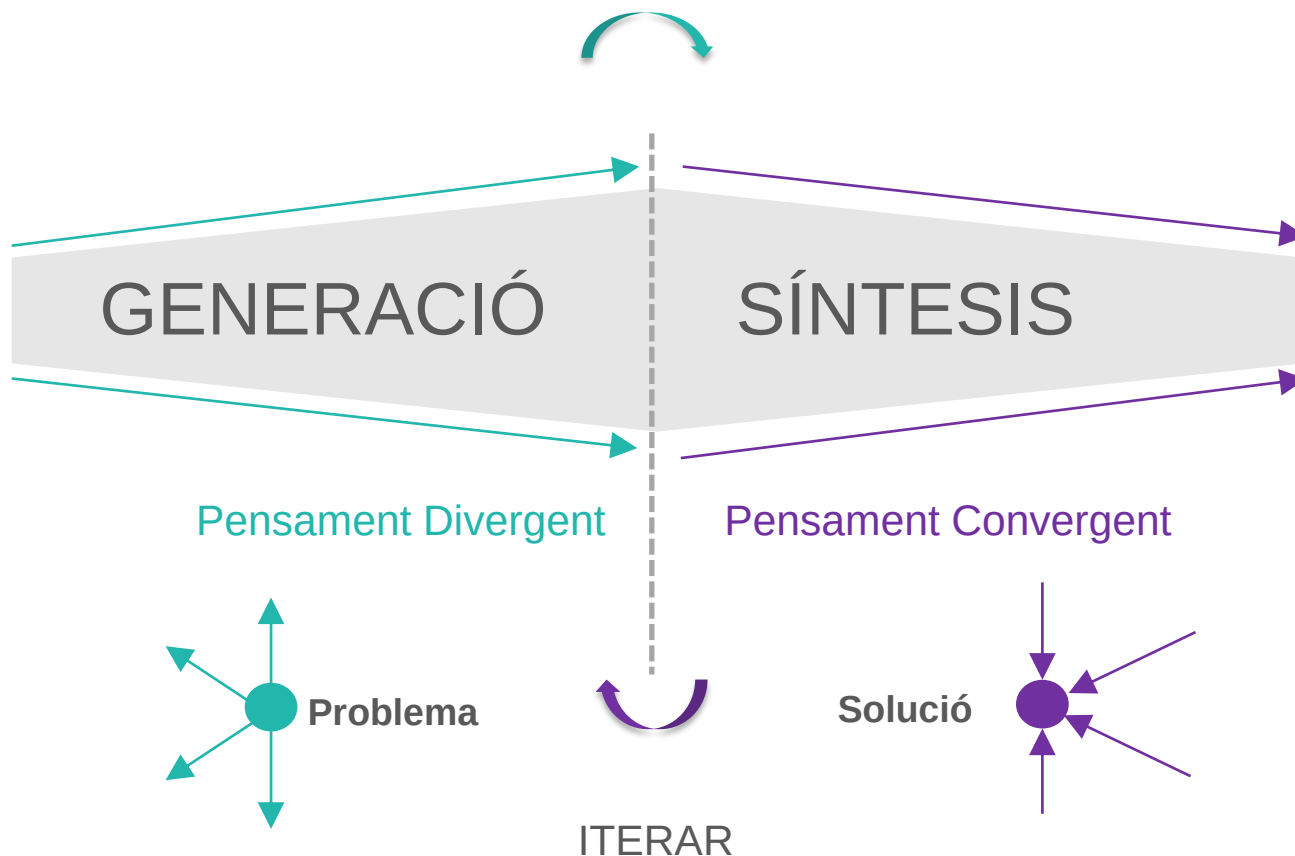
2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

DESIGN THINKING (2/4)



2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

DESIGN THINKING (3/4)



2. INNOVACIÓ CENTRADA EN EL CLIENT

DESIGN THINKING (4/4)

LEGO – Sessions de co-creació amb clients



Generar noves idees no és només una tasca interna de l'empresa.

Incorporar el feedback i opinió del client ens ajuda a maximitzar el valora aportat.

- I. QUÈ ÉS LA INNOVACIÓ
- II. 5 MITES SOBRE LA INNOVACIÓ
- III. CONCEPTES CLAU PER A LA INNOVACIÓ
- IV. CONVERTIR-SE EN UNA EMPRESA INNOVADORA
- V. TIPUS DE INNOVACIÓ

VI. CASOS D'ÈXIT



VI. Casos d'èxit

Observant el consumidor, sense el tapper.



VI. Casos d'èxit

Selfie Sticks: Inventat dues vegades



.....
GRÀCIES

Sant Sadurní d'Anoia, Gener 2016
.....



Iniciativa:



Amb el suport:

