



INOVAČE JAKO PROCES ŘÍZENÍ ZMĚN

Petr Ungerman

19.10.2022

PROČ JSOU INOVACE DŮLEŽITÉ?

**“KDO SE NEZLEPŠUJE,
PŘESTÁVÁ BÝT DOBRÝM”**

Rozdělil jsem téma INOVACÍ do 3 oblastí:

—



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady uvnitř vaší firmy?



Inovace a ODVAHA

Proč ti, co se bojí, nakonec vždy prohrají?



Inovace a POSTUPY

Jak uchopit a řídit něco, co zatím nevíte, jak vypadá?



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady
uvnitř vaší firmy?

**Máte nejlepší
inovační nápady
přímo u vás
ve firmě
???**

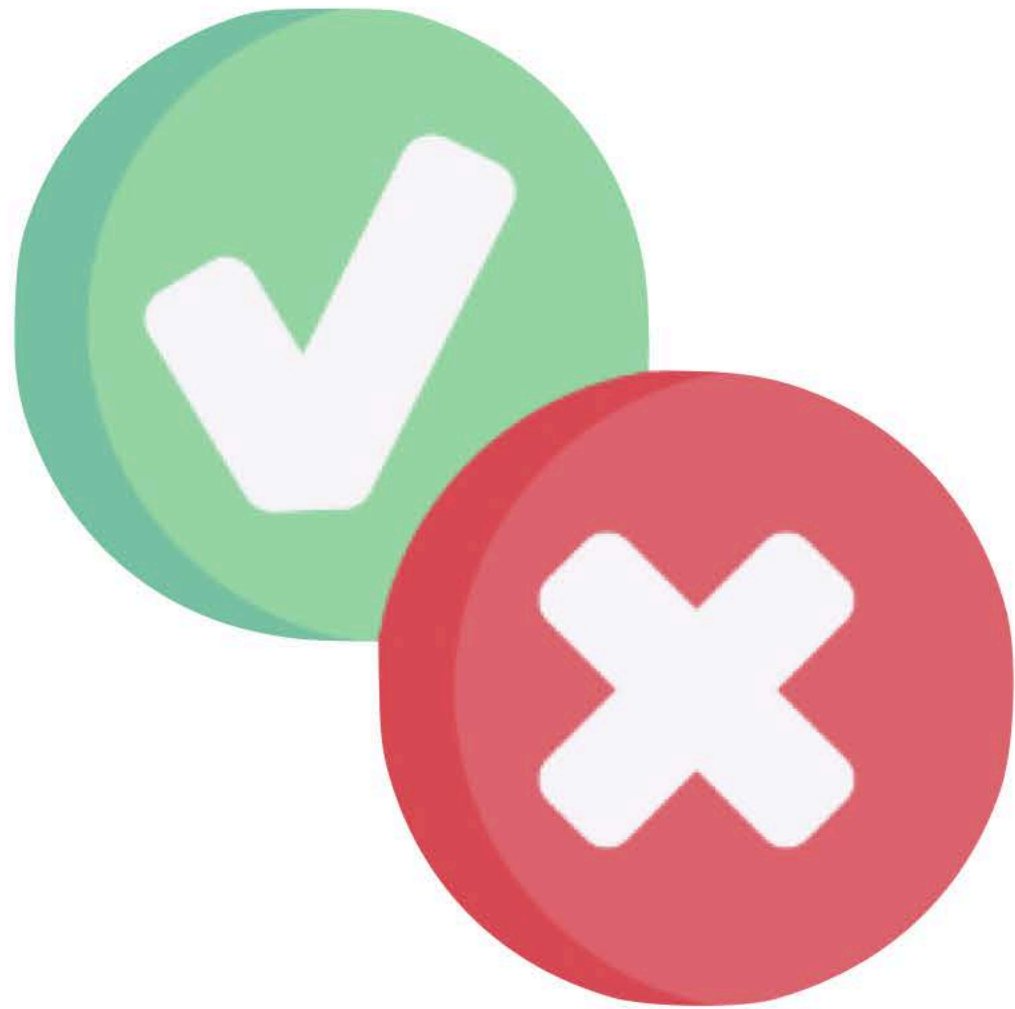
Jak je to s nápady uvnitř vaší firmy?



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady
uvnitř vaší firmy?

- Nikdo nemá takovou zkušenost s vašimi zákazníky & jejich potřebami jako vy a lidé ve vaší firmě



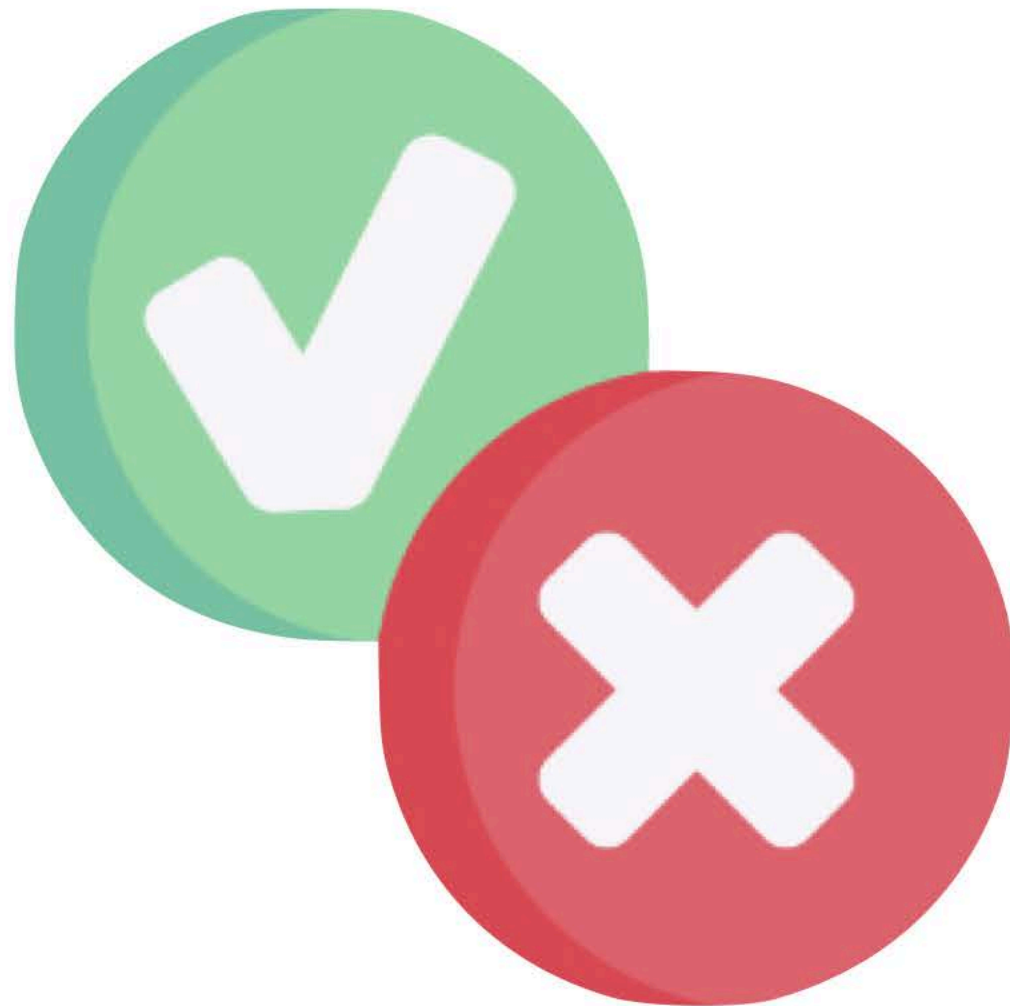
Jak je to s nápady uvnitř vaší firmy?



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady
uvnitř vaší firmy?

- Nikdo nemá takovou zkušenost s vašimi zákazníky & jejich potřebami jako vy a lidé ve vaší firmě
- Nikdo nezná vaši konkurenci a situaci na trhu tak dobře jako vy a lidé ve vaší firmě



Jak je to s nápady uvnitř vaší firmy?



- Nikdo nemá takovou zkušenost s vašimi zákazníky & jejich potřebami jako vy a lidé ve vaší firmě
- Nikdo nezná vaši konkurenci a situaci na trhu tak dobře jako vy a lidé ve vaší firmě
- Lidé uvnitř firmy mají často pocit, že nemá cenu něco navrhovat a vymýšlet, stejně to nebude k něčemu...

Jak je to s nápady uvnitř vaší firmy?



- Nikdo nemá takovou zkušenost s vašimi zákazníky & jejich potřebami jako vy a lidé ve vaší firmě
- Nikdo nezná vaši konkurenci a situaci na trhu tak dobře jako vy a lidé ve vaší firmě
- Lidé uvnitř firmy mají často pocit, že nemá cenu něco navrhovat a vymýšlet, stejně to nebude k něčemu...
- Velká část chytrých lidí jsou introverti a ti nebudou nikam chodit někomu něco říkat a na poradě je extroverti spolehlivě “překřičí”

Jak nejlepší nápady dostat ven?

—

- Ryba vždy smrdí od hlavy! = Pokud nezískáte CEO pro inovační proces, žádné inovace nedopadnou. (získáte tým a rozpočet)



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady
uvnitř vaší firmy?

Jak nejlepší nápady dostat ven?

–

- Ryba vždy smrdí od hlavy! = Pokud nezískáte CEO pro inovační proces, žádné inovace nedopadnou. (získáte tým a rozpočet)
- Demonstrujte důležitost = ukažte zaměstnancům, proč jsou inovace potřebné pro firmu a pro jednotlivce, zapojte emoce



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady
uvnitř vaší firmy?

Jak nejlepší nápady dostat ven?



- Ryba vždy smrdí od hlavy! = Pokud nezískáte CEO pro inovační proces, žádné inovace nedopadnou. (získáte tým a rozpočet)
- Demonstrujte důležitost = ukažte zaměstnancům, proč jsou inovace potřebné pro firmu a pro jednotlivce, zapojte emoce
- Představte tým, rozpočet a otevřeně komunikujte očekávání

Jak nejlepší nápady dostat ven?



- Ryba vždy smrdí od hlavy! = Pokud nezískáte CEO pro inovační proces, žádné inovace nedopadnou. (získáte tým a rozpočet)
- Demonstrujte důležitost = ukažte zaměstnancům, proč jsou inovace potřebné pro firmu a pro jednotlivce, zapojte emoce
- Představte tým, rozpočet a otevřeně komunikujte očekávání
- Zapojte úplně všechny ve firmě do hledání řešení

Jak nejlepší nápady dostat ven?



- Ryba vždy smrdí od hlavy! = Pokud nezískáte CEO pro inovační proces, žádné inovace nedopadnou. (získáte tým a rozpočet)
- Demonstrujte důležitost = ukažte zaměstnancům, proč jsou inovace potřebné pro firmu a pro jednotlivce, zapojte emoce
- Představte tým, rozpočet a otevřeně komunikujte očekávání
- Zapojte úplně všechny ve firmě do hledání řešení
- Motivujte ty, kteří přispějí (finance, pochvala, jinak)

Jak nejlepší nápady dostat ven?



- Ryba vždy smrdí od hlavy! = Pokud nezískáte CEO pro inovační proces, žádné inovace nedopadnou. (získáte tým a rozpočet)
- Demonstrujte důležitost = ukažte zaměstnancům, proč jsou inovace potřebné pro firmu a pro jednotlivce, zapojte emoce
- Představte tým, rozpočet a otevřeně komunikujte očekávání
- Zapojte úplně všechny ve firmě do hledání řešení
- Motivujte ty, kteří přispějí (finance, pochvala, jinak)
- Změňte způsob, jak mohou lidé svými nápady přispět = respektujte introverty



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady
uvnitř vaší firmy?



Inovace a ODVAHA

Proč ti, co se bojí, nakonec
vždy prohrají?



Inovace a POSTUPY

Jak uchopit a řídit něco, co
zatím nevíte, jak vypadá?

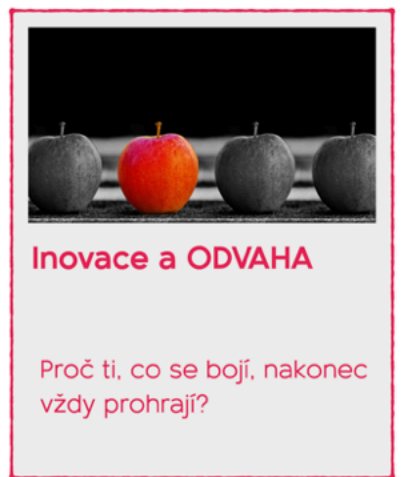


Inovace a ODVAHA

Proč ti, co se bojí, nakonec
vždy prohrají?

**Ale ono to není tak
jednoduché !**

CO JSOU NEJVĚTŠÍ BRZDY ?



PROČ FIRMY NE-INOVUJÍ?

*“Nemáme peníze, lidi a čas na inovace, teď
musíme vydělávat peníze, potom budeme inovovat,
inovace jsou pro velké firmy, ne pro nás...”*

ŠEST FÁZÍ INOVAČNÍHO PEKLA



JAK ÚSPĚŠNÉ JSOU INOVACE OBECNĚ?

JAKÉ JSOU VAŠE ZKUŠENOSTI NEBO VÁŠ ODHAD?

- přes 80 % inovačních projektů je neúspěšných ještě předtím, než se dostanou na trh;
- přes 80 % inovačních projektů, které se dostanou na trh, je neúspěšných;
- přes 90 % inovací je uvedeno na trh pozdě, mají překročený rozpočet nebo mají nižší kvalitu, než bylo plánováno;
- náklady na 97 % patentů se nevrátí zpět.

CO S TÍM?

JAK RYCHLE VÁS OSTATNÍ PŘEDBĚHNOU?

- Kodak - založen 1880. Synonymum pro nejlepší filmy a fotky na světě. Na vrcholu zaměstnával 150 000 lidí.
- v roce 2012 vyhlásil bankrot



JAK RYCHLE VÁS OSTATNÍ PŘEDBĚHNOU?

- Kodak - založen 1880. Synonymum pro nejlepší filmy a fotky na světě. Na vrcholu zaměstnával 150 000 lidí.
- v roce 2012 vyhlásil bankrot



- Instagram, založen 2010, 15 zaměstnanců, v roce 2010 měl 1 milion uživatelů, v roce 2012 už 300 milionů uživatelů
- v roce 2012 prodán FB za 1 mld USD



**ODPOVĚDÍ JE VYBUDOVÁNÍ
INOVAČNÍ KULTURY**

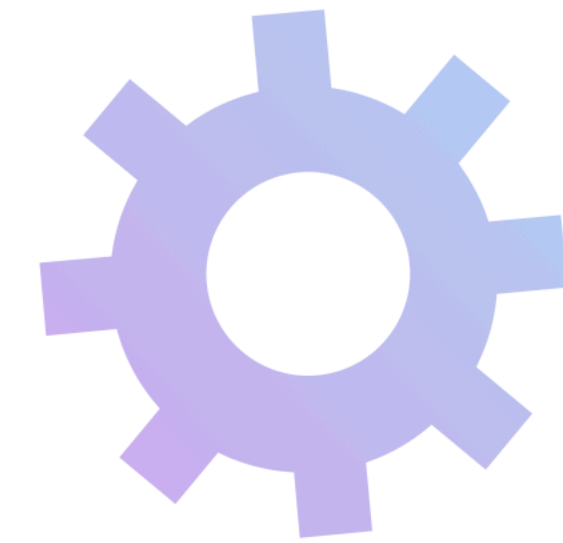
PRINCIPY INOVAČNÍ KULTURY



Hodnoty

Při pohovoru se vždy
ptám na hodnoty firmy...

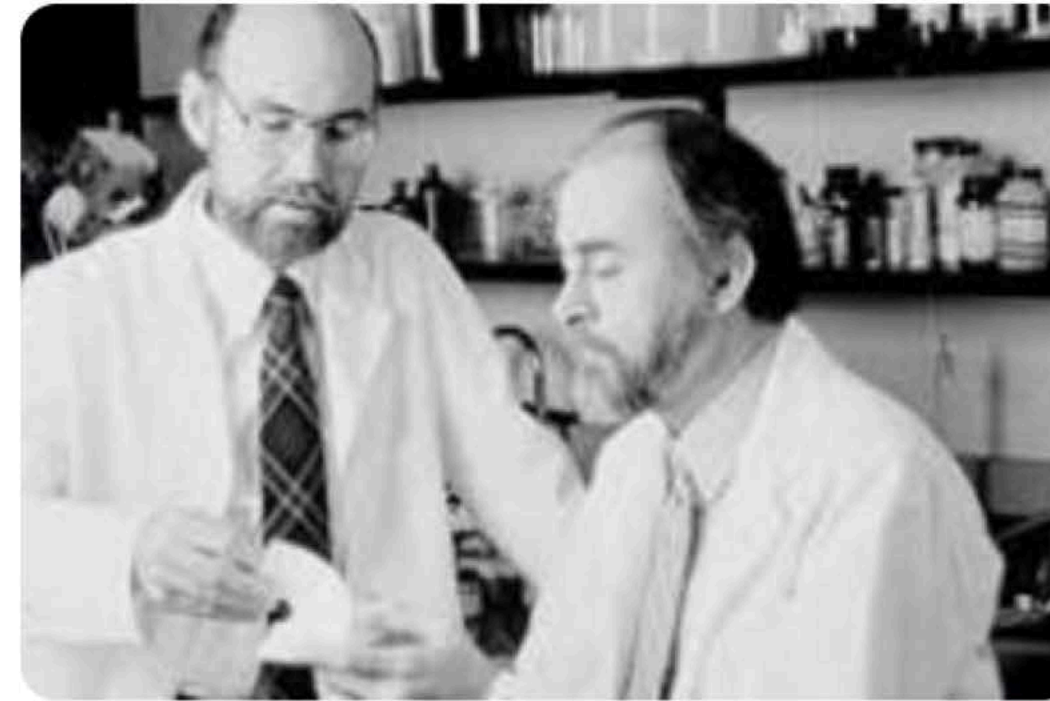
- Heterogenita
- Týmová spolupráce
- Čas (15%) a svoboda
- Akceptace chyb
- Otevřená komunikace
- Hodnoty firmy
- Rozvoj talentů
- Agilní principy řízení



15%

Kolik času budete mít
času rozvíjet váš
inovační potenciál?

Dr. Spencer Silver, a **3M** scientist, was busily researching adhesives in the laboratory. In the process, he discovered something peculiar: an adhesive that stuck lightly to surfaces but didn't bond tightly to them.



www.post-it.com › [en_US](#) › [post-it](#) › [contact-us](#) › [about-us](#)

[History of Post-it® Notes](#) | [Post-it® Brand](#)



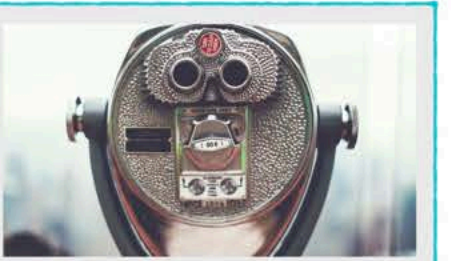
- **“We never throw an idea away because you never know when someone else will need it” & “Innovation from interaction”**
- příklad z knihy: Simon Sinek - Leaders eat last



Inovace a POSTUPY

Jak uchopit a řídit něco, co zatím nevíte, jak vypadá?

**Jak inovovat, aby
i ve vaší firmě
inovace tvořily
alespoň 15% obrátu?**

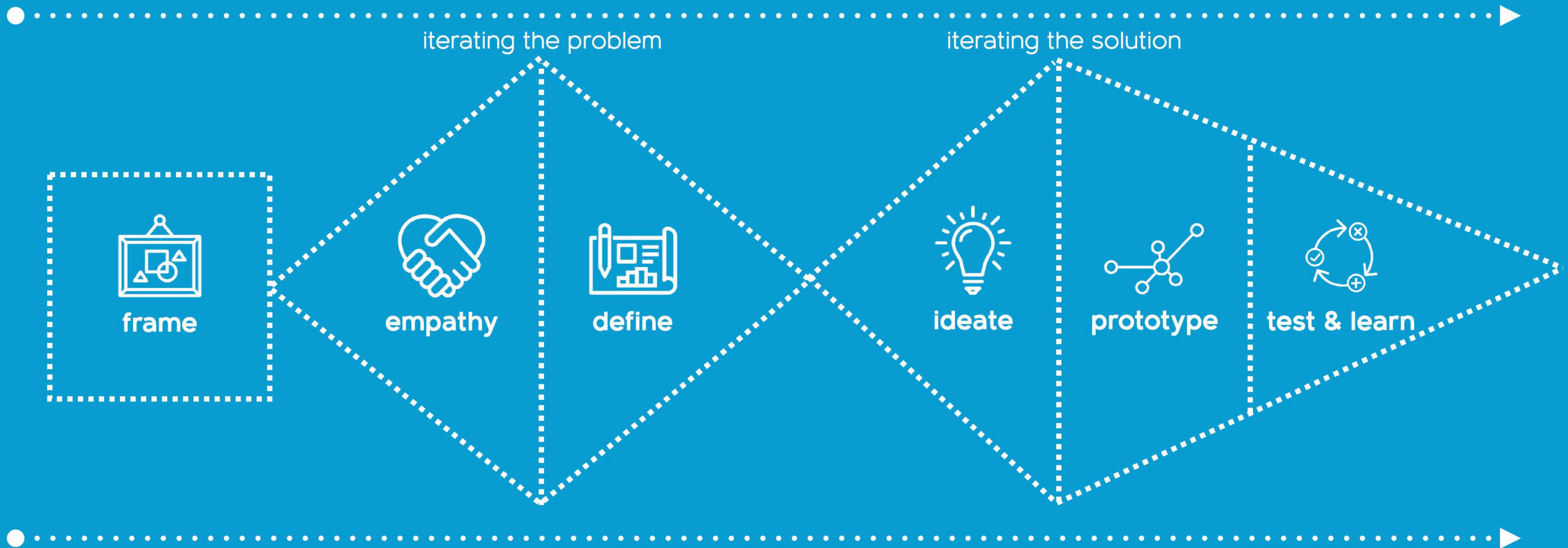


Inovace a POSTUPY

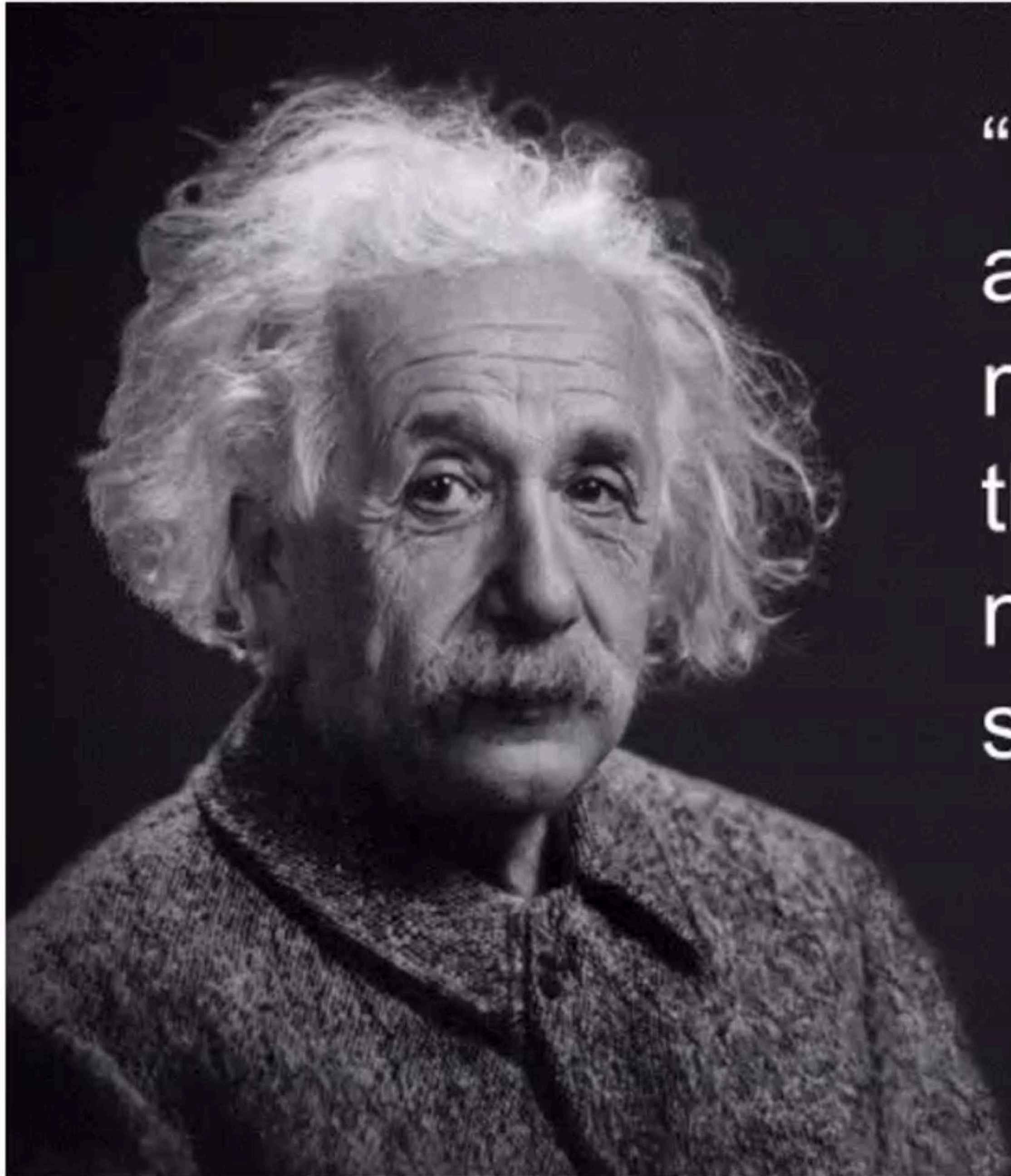
Jak uchopit a řídit něco, co
zatím nevíte, jak vypadá?

DESIGN THINKING PROCESS

Design thinking model: An iterative, human-centric and radically collaborative approach to problem solving



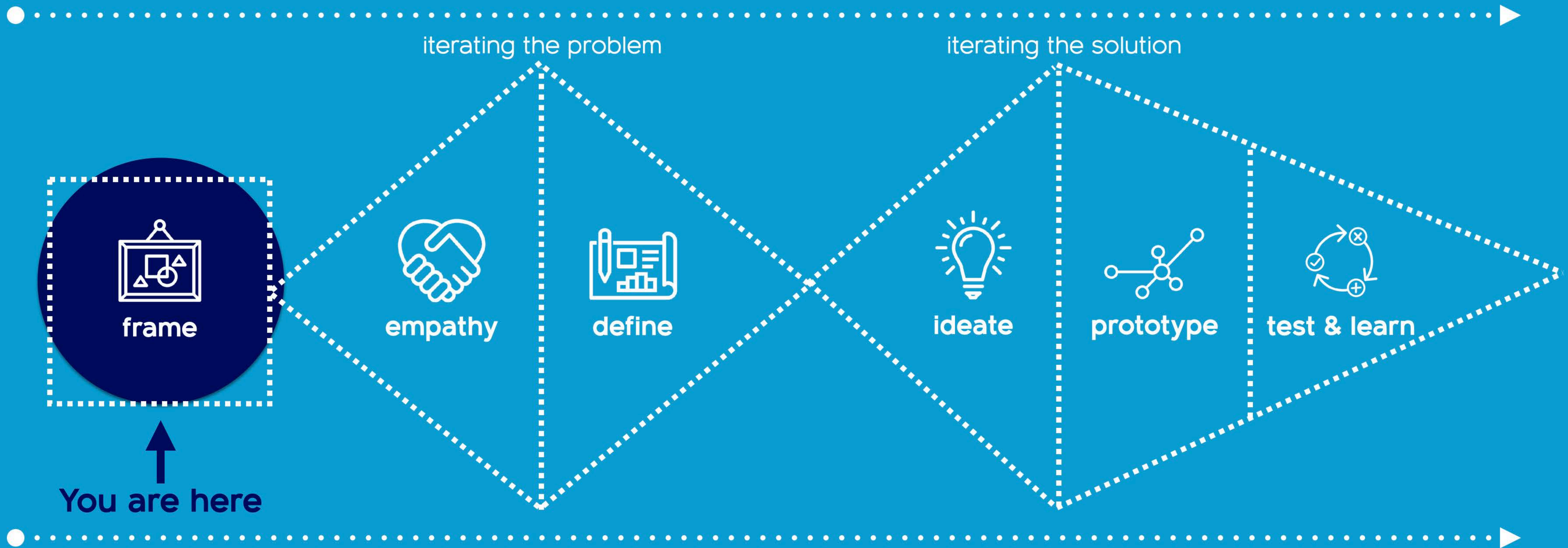
There are 6 phases with defined principles, tool sets and behaviors



“If I had an hour to solve a **problem** I'd spend 55 minutes thinking about the **problem** and five minutes thinking about solutions.”



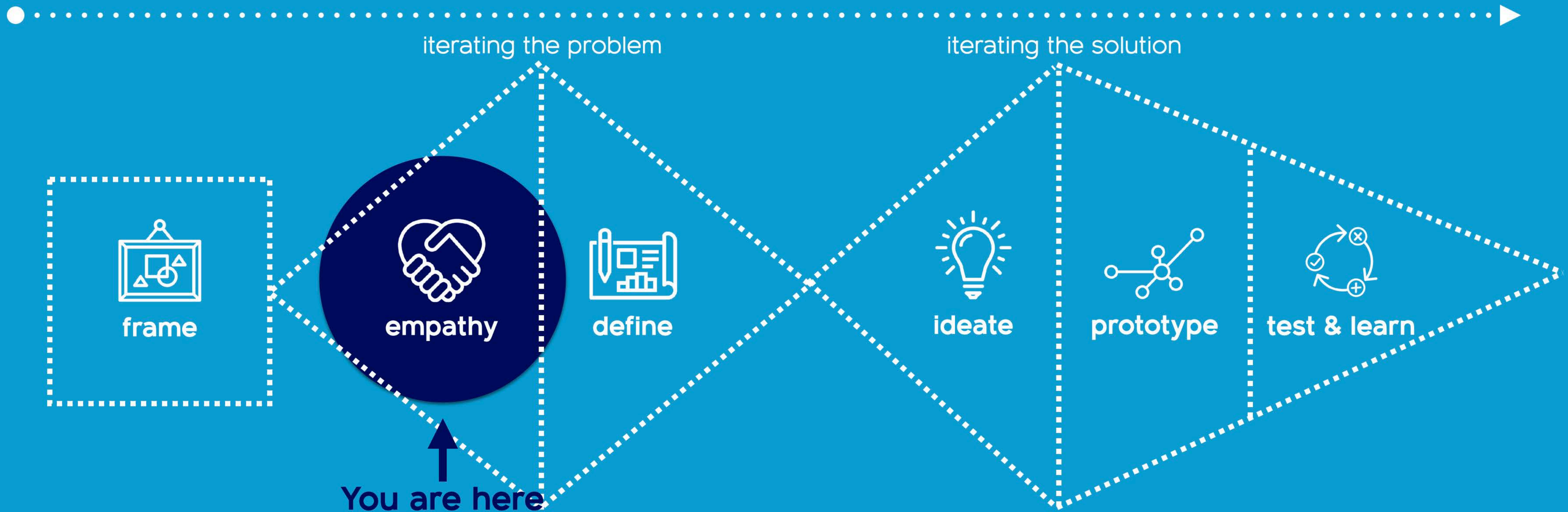
Phase 1: frame



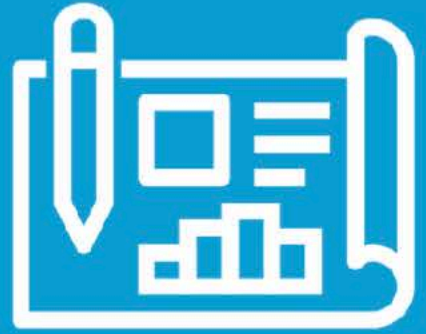
Objective: Understand the real-world business expectation and constraints. Get to know the boundaries that we need to push against



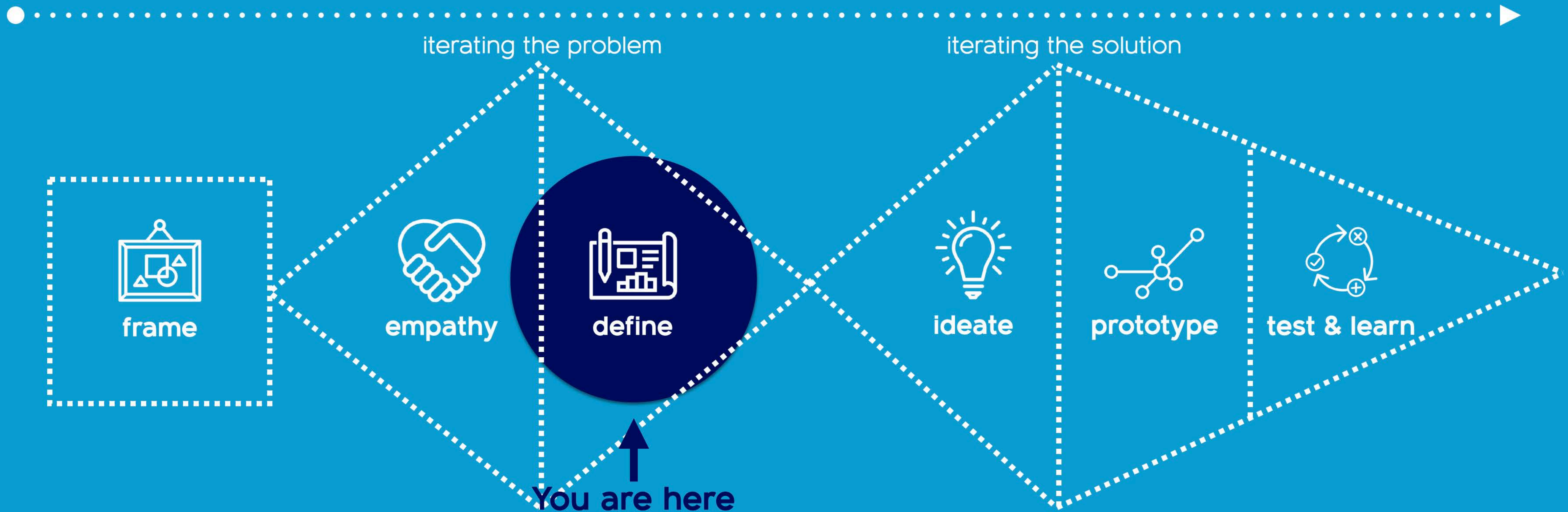
Phase 2: empathy



Objective: Uncover opportunities for truly creative solutions by deeply understanding our consumers's needs, experience, thoughts, emotions and motivations. It's time to diverge!



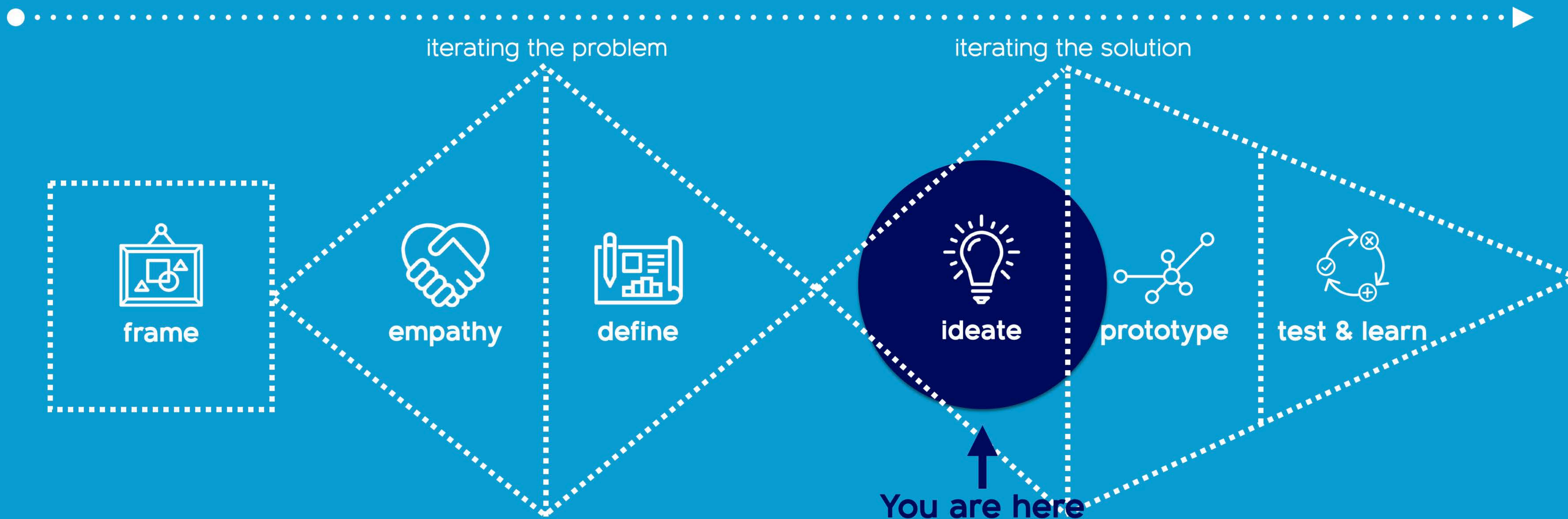
Phase 3: define



Objective: Bring focus to the design process through the lens of our customers by defining the job to be done and design directives. It is time to converge!



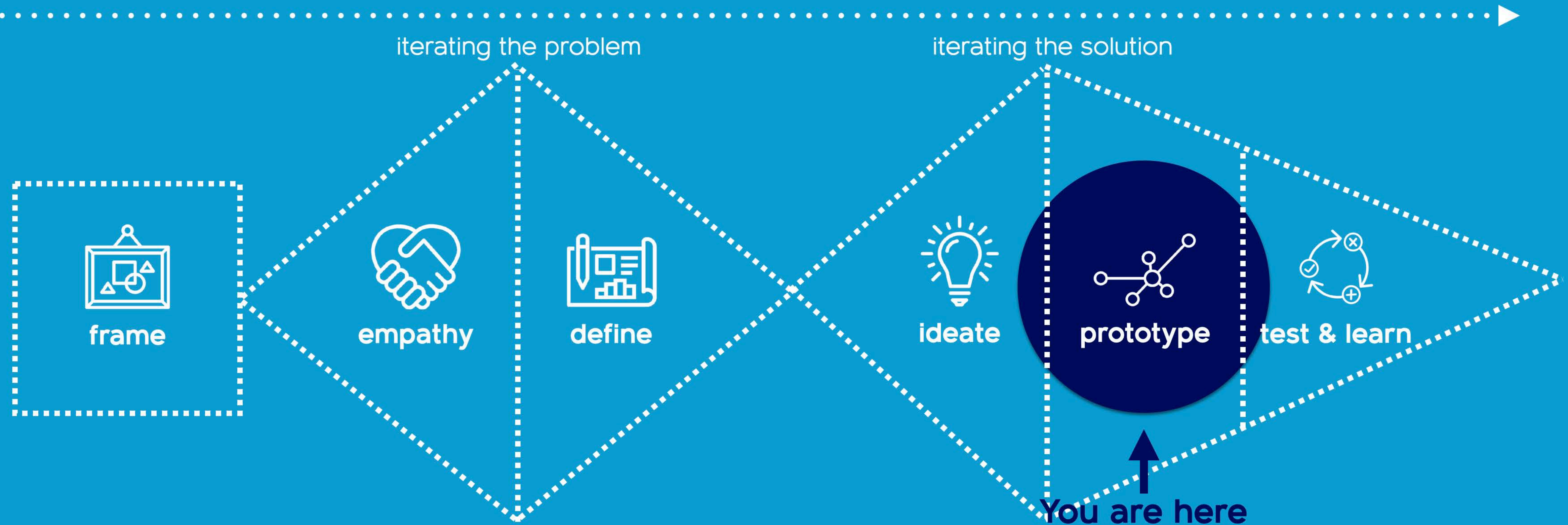
Phase 4: ideate



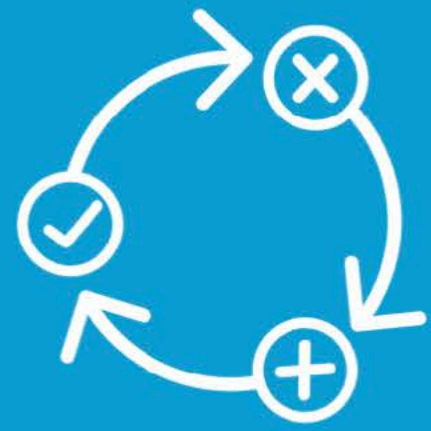
Objective: Create many innovative, new and exciting solutions to our problem to iterate with consumers. It is time to diverge!



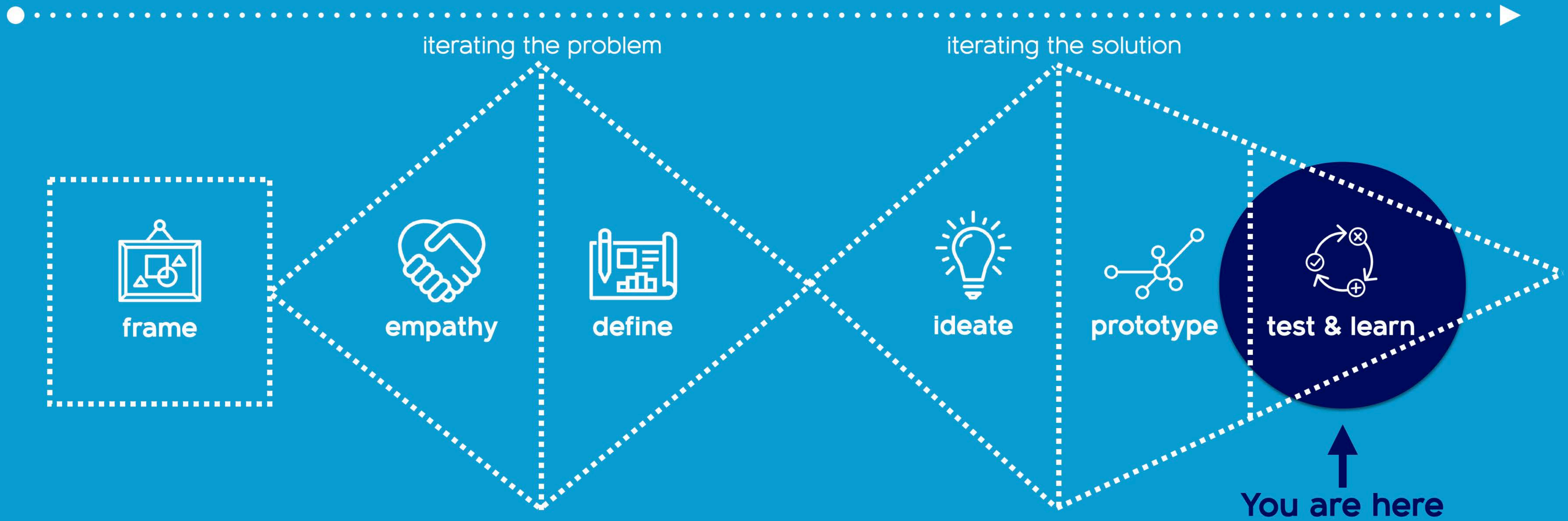
Phase 5: prototype



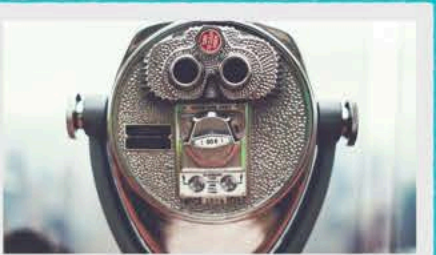
Objective: To bring your idea to life so you can share it with others for feedback and building. We are beginning to converge around our solution!



Phase 6: test & learn



Objective: To share your prototype with others to test key variables, such that you can learn and adapt your ideas with the ultimate goal of getting to bigger and better ideas. We are in the end stages of convergence, so bring it home strong!



Inovace a POSTUPY

Jak uchopit a řídit něco, co
zatím nevíte, jak vypadá?

DESIGN SPRINT

**What does the
Design Sprint week
look like?**

WORKSHOP

MONDAY

Define the
challenge

Produce a mass
of **solutions**

WORKSHOP

TUESDAY

Curate and **vote** on
best solutions

Define the
prototype with
a **storyboard**

WEDNESDAY

Design and build
the **Prototype**

Recruit and
schedule user tests

THURSDAY

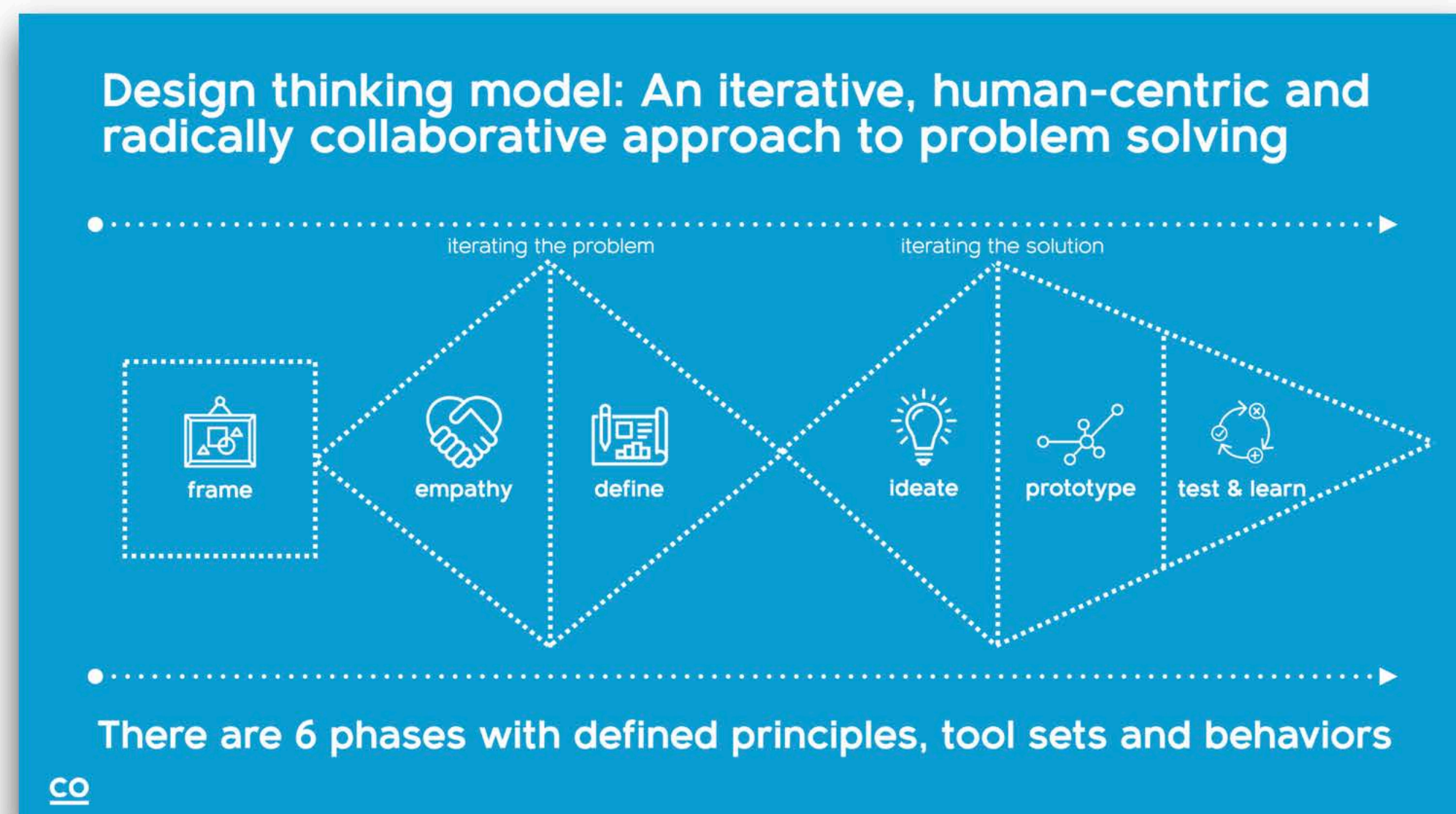
Test the prototype
with 5 real users

Use **feedback** from
testing to create
clear next steps

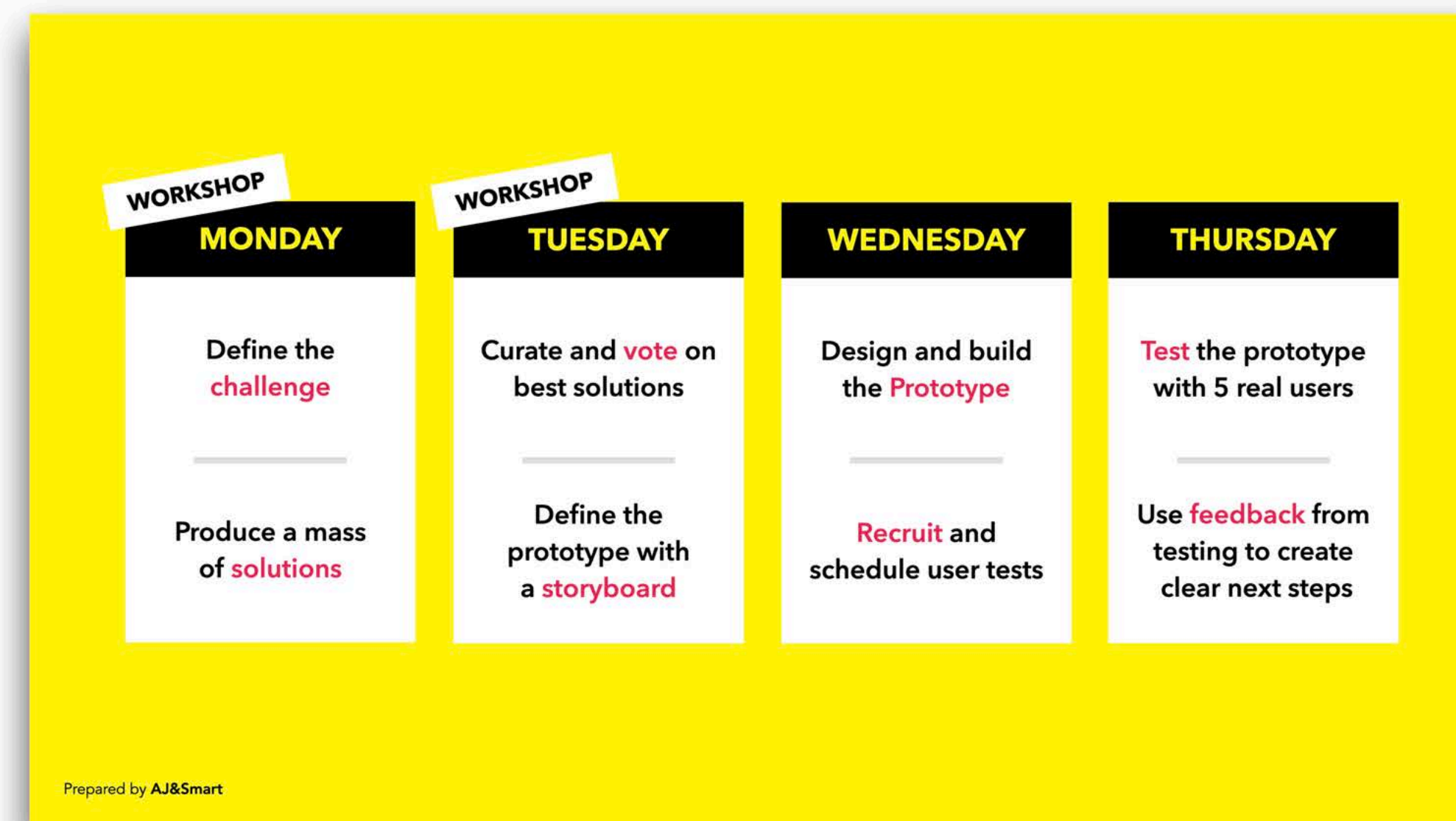
V ČEM JE ROZDÍL?



Design thinking model



Design sprint



INOVACE JAKO PROCES ŘÍZENÍ ZMĚN



Inovace a KREATIVITA

Kde leží nejlepší nápady uvnitř vaší firmy?



Inovace a ODVAHA

Proč ti, co se bojí, nakonec vždy prohrají?



Inovace a POSTUPY

Jak uchopit a řídit něco, co zatím nevíte, jak vypadá?

**“KDO SE NEZLEPŠUJE,
PŘESTÁVÁ BÝT DOBRÝM”**

PETR UNGERMAN

COCOON

+ 420 605 222 308

p.ungerman@cocoon.cz



 CZ.LINKEDIN.COM/IN/PETRUNGHERMAN