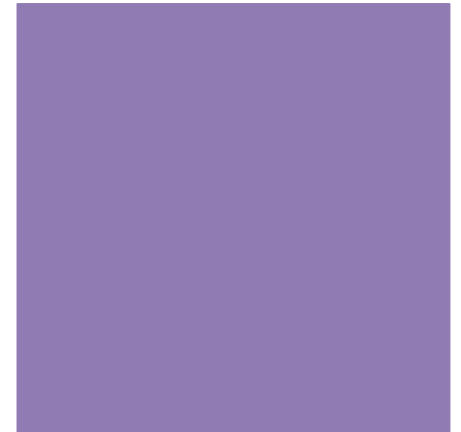




Kreativitás

Unit 1.6: Hogyan lehet
kidolgozni a szervezeti
kreativitás folyamatát?



+ Szervezeti kreativitás

Ez az egység a szervezeti kreativitás bevezetéséről szól. Most, hogy megértetted azt a folyamatot, amellyel az egyének megoldják a problémákat és ötleteket generálnak, ideje átgondolni, hogyan lehet ezt alkalmazni a vállalkozásban. Ez az egység segít megtanulni, hogyan lehet megkönnyíteni az ötletek generálását, kiválasztását, fejlesztését és alkalmazását a szervezetedben.

Célok:

- A szervezeti/csoportos kreativitás folyamatának megismerése annak érdekében, hogy innovatív kkv lehessen

Tanulmányi eredmények:

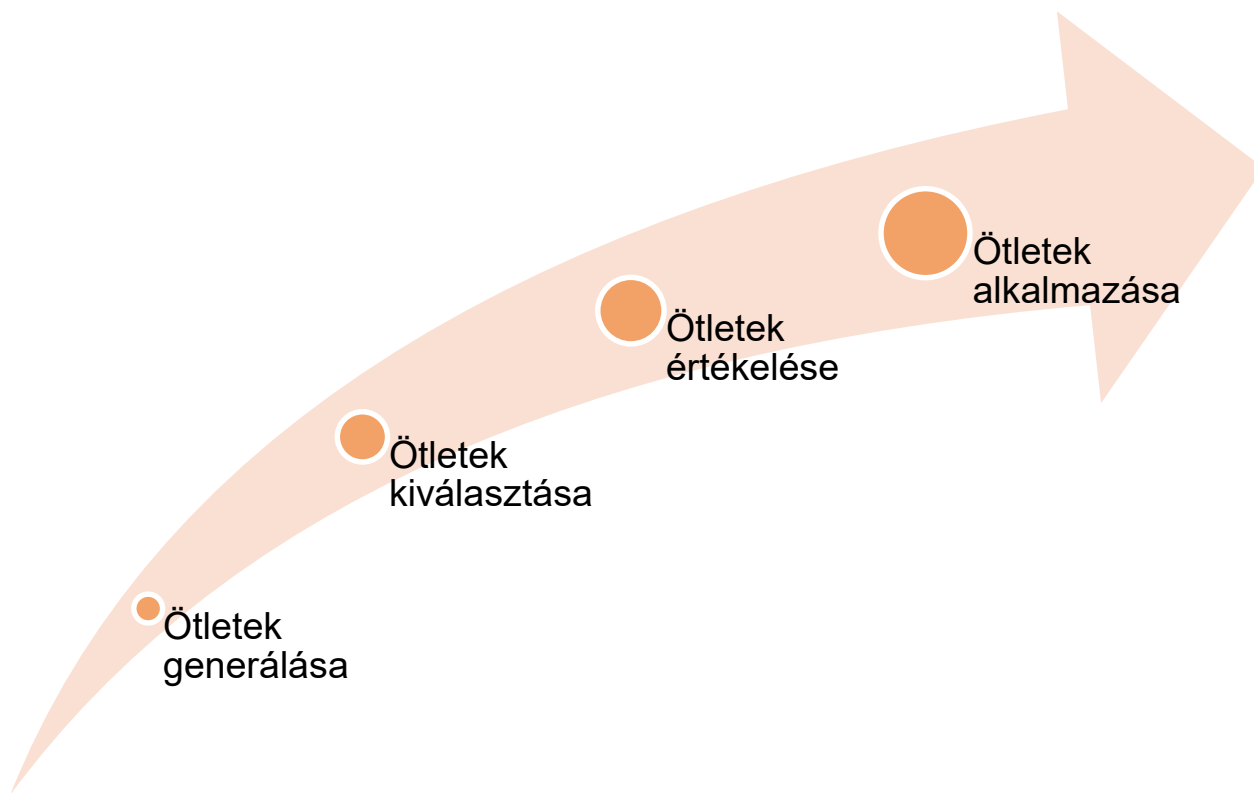
- A tanuló megismeri a szervezeti kreativitás folyamatát
- A tanulónak tudnia kell használni a gyakorlati eszközöket és sablonokat
- Fokozza a kreativitás képességét a szervezetekben





Milyen a szervezeti kreativitás folyamata?

A szervezeti kreativitás négy lépése





Különböző felhasználható technikák léteznek, de a siker legfontosabb tényezője az, hogy nagyon strukturált és irányított módon alkalmazzák azokat





Egy innovatív vállalaton belül minden alkalmazott újító!

A kreativitás a szervezeten belül mindenki egyéni képességein, készségein és tudásán alapul

- ➔ **Kísérletezzen és hozzon létre** innovatív koncepciókat, ne pedig egyedi ötleteket
- ➔ **Különböző és sokféle információforrás** - multidiszciplináris csoportok felépítése
- ➔ Mindig van valaki, aki **kreatív ügynökként** jár el - „**Ötletek királya**”

HABÁR

Egy stratégia egyértelműen **meghatározott keretet** igényel, és a vezetőség megköveteli tőled, hogy csak a saját kereteiden belül mozogj- ez egy nagyon általános helyzet, amely megakadályozza az innovációt



Egy innovatív vállalaton belül minden alkalmazott újító?



➔ Gondolja arra mi lenne ha? és mi a következő? miközben dolgozol a folyamatban lévő projektekkkel és célokkal



MIK A FŐ KIHÍVÁSOK AMELYEKSEL SZEMBESÜLSZ AMIKOR MEGPRÓBÁLSZ „OUTSIDE THE BOX” GONDOLKOZNI? – van-e olyan folyamat, amelyet nem lehet megváltoztatni; vannak-e szigorú előírások és vállalati kultúra, vagy menedzsment kérdés? Mi az iparágunk és az ágazatunk - gyorsan változik, vagy tradicionális, és a változásra nincs szükség?



A kreativitást minden szinten irányítják és ösztönzik, a csapatoktól kezdve

④ PARTNERSÉGEK

③ MENEDZSMENT



② SZERVEZET



① CSAPAT





Kreativitás technikák és eszközök

Mi az üzleti lehetőség-térkép/vászon?

- Vevők
- Ügyfelek
- Alkalmazottak
- Szakértők
- Versenytársak
- Partnerek és beszállítók
- Kapcsolódó iparágak
- Egyéb iparágak és piacok
- Kormányok és rendeletek

| | |
|------------------------------|--|
| Who is targeted? | Trends Segments and niches Clients Customers needs End users Competitors |
| What is offered? | Trends Products Brand Applications/Solutions Services <ul style="list-style-type: none"> • Különböző és összetett információkat szervez egyszerű érthető formátumba |
| Where and when is delivered? | Trends <ul style="list-style-type: none"> • Integrálja a piaci és a képességi perspektívákat a szervezetben, belül és kívül • Biztosítja a szerkezetet |
| How do we produce? | Trends <ul style="list-style-type: none"> • Vizuális kommunikációs eszközként funkcionál az új lehetőségek területeinek megvitatására |
| What is our Business model | Trends Pricing strategy Revenue model Partners |



Kreativitás technikák és eszközök

Mi az üzleti lehetőség-térkép/vászon?

A BOM (Business Opportunity Map) fő célja az új üzleti ötletek generálásának irányítása, majd koncepciókká továbbfejlesztése melyek 5 elemből állnak:

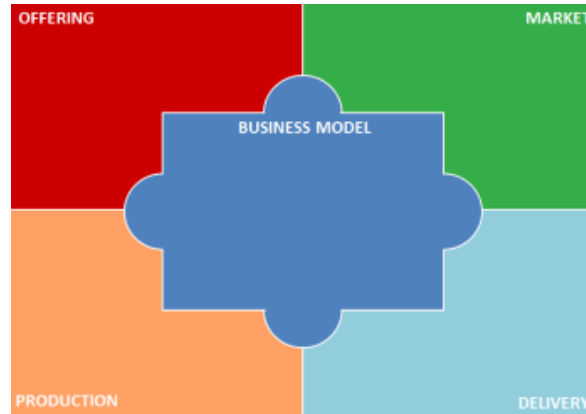
- **Piac**– felsorolunk minden ötletet a kulcsfontosságú alrendszerek körül: célcsoportok, igények, viselkedés, versenytársak, ügyfelek, rések és szegmensek.
- **Ajánlat** – minden termék, szolgáltatás, tapasztalat, márkák, csomagok stb.
- **Szállítás**– itt felsoroljuk a logisztikával kapcsolatos összes ötletet: szezonalitás, online / offline csatornák, disztribúciós modellek stb.
- **Termelés** – technológiák, eszközök, know-how, anyagok, termékek / szolgáltatások előállításának elemei, HR stb..
- **Üzleti modell**– itt felsoroljuk a költségekkel, a partnerekkel és a bevételi forrásokkal kapcsolatos összes ötletet.



Kreativitás technikák és eszközök

Mi az üzleti lehetőség-térkép/vászon?

Amint a BOM összes mezője közös ötletekkel megtöltődött, elkezdjük „a pontok összekapcsolását”. A területek összes ötlete áttekintésre kerül, és ezek alapján elképzeléseket generálhatunk egy vagy két ötlet kiválasztásával: **a piac, a kínálat, a szállítás, a termelés, az üzleti modell.**



+ Ötletek kiválasztása és értékelése

Az innovációs koncepciók prioritása

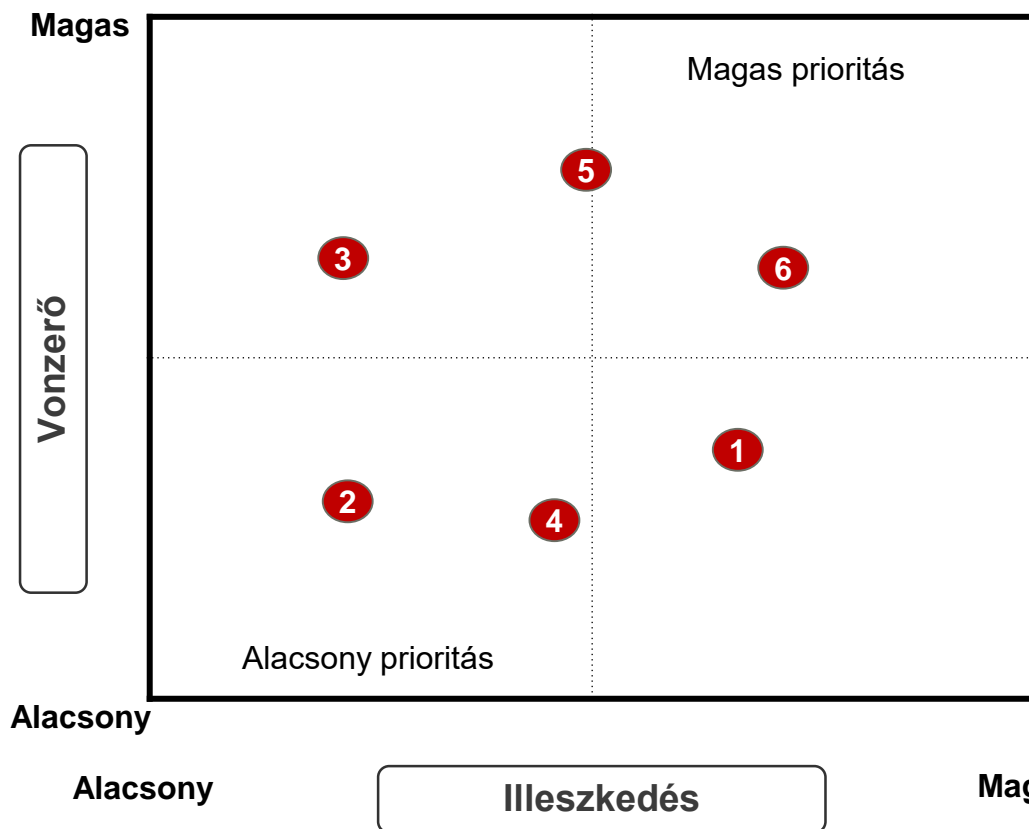
- Amikor a csapat nagy számú és jól meghatározott kreatív koncepciókat dolgoz ki az új üzleti lehetőségekre, sokkal könnyebb megítélni és kiválasztani őket..
- A kérdések helyes feltevése segítheti a mutatók kidolgozást az összes üzleti szempontból: (pénzügyek, források, emberek stb.):
 - *Mennyire „éleslátó és izgalmas” a belső és külső megjelenő tendenciák szempontjából?*
 - *Mennyire „jelentős és értelmes” az ügyfelek vásárlási magatartására és a lehetséges méretre / léptékre gyakorolt hatás szempontjából?*
 - *Mennyire „kiaknázható és differenciált” a társaság eszközei és képességei szempontjából?*
 - *Mennyire „nyereséges és fenntartható” a potenciális befektetési követelmények és az üzleti modell szempontjából?*
 - *Lefedi a különböző forgatókönyveket?*



Használhatod a ILLESZKEDÉS-VONZERŐ (FIT-ATTRACTIVENESS) mátrixot



- 1 Konceptió 1
- 2 Konceptió 2
- 3 Konceptió 3
- 4 Konceptió 4
- 5 Konceptió 5



- A „díj” mértéke (megszerezhető piac)
- Lehetőségek
- Kockázat/nyereség
- Egyéb?

- Elő tudjuk állítani magunk vagy a partnerségünkkel
- Vannak erőforrásaink
- Illeszkedik a stratégiánkhoz



Szükség van olyan emberekre vagy rendszerekre (vagy valamilyen kombinációra), amelyek felelősek az ötletek összegyűjtéséért és értékeléséért.



Emberközpontú példa:

A vállalat nagy keresztmetszetben gondolkodhat, hogy új ötleteket keressen és az üzleti környezetben

felmerülő problémákra választ találjon. Olyan emberek és csapatok dolgoznak egy adott

munkaterületen, akik kifejezetten ezért felelősek, hogy megjelenő tendenciákra a legjobb válaszokat

megtalálják. Végül ezeket ötleteket, javaslatokat a csapatok vagy személyek értékelik és eldöntik,

hogy megszüntetik-e őket, vagy további tesztelésre van még szükség, esetleg további ajánlatok

kellenek a termékfejlesztés folyamatába.



Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs

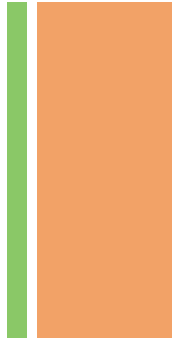
<https://ixl-center.com/index.php/2018/10/17/bringing-big-ideas-in-the-market/>



Erasmus+



Szükség van olyan emberekre vagy rendszerekre (vagy valamilyen kombinációra), amelyek felelősek az ötletek összegyűjtéséért és értékeléséért.



Rendszerközpontú példa:

A betekintés generálásának megkezdéséhez műhelyeket és ötletrendezvényeket tarthatsz, online beadványokat kérhetsz és beszélgethetsz az ügyfelekkel. Az új ismeretek feldolgozása során össze kell hasonlítani azokat a meglévő ötleteket és a korábbiakat. Ezzel elkerülhető a kerék újra feltalálása azáltal, hogy kiküszöbölődnek a már kiértékelt „új” betekintések. Találhatsz olyan jelenlegi innovációs erőfeszítéseket is, amelyeknek új lendületet adhatnak az új nézőpontok.

+ Videó



[Az innováció művészete](#), Guy Kawasaki, TEDxBerkeley

+ Tanulási segédlet

- Jonash, R., Sommerlatte, T., The Innovation Premium, Arthur D. Little Inc, 2009
- Milyen innovációs folyamatok és eszközök játszanak kulcsszerepet az innováció intézményesítésében a szervezet minden részén?, II. Kötet, 5. kiadás, 2018. november 20., <https://ixl-center.com/index.php/2018/11/20/innovation-process-tools/>
- Christensen, C., The innovator's DNA, Harvard Business Review press, 2011
- Christensen, C.; Overdorf, Michael (March–April 2000), "Meeting the challenge of disruptive change", Harvard Business Review.
- Christensen, C., The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail, HBS press, 1997.

Téma áttekintés

Ez az egység leírja a szervezeti kreativitás folyamatát és bemutatja a négy fő lépést.

Bemutat néhány gyakorlati üzleti eszközt és sablont, amelyek segítik a tanulókat a kreativitás szempontjából magasabb termelékenység elérésében különböző típusú szervezetekben.

