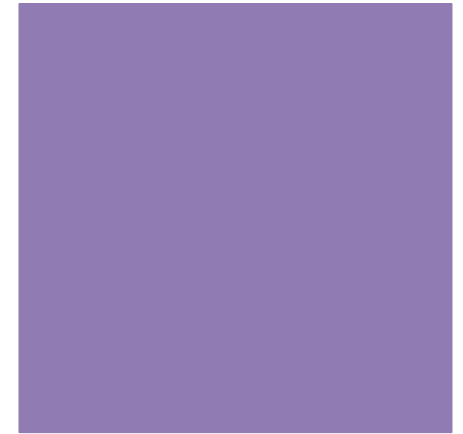




Креативност

Раздел 1.6: Как да
развием процес за
организационна
креативност



+ Организационна креативност

Този раздел е въведение в организационната креативност. Сега, когато разбирате процеса, чрез който хората решават проблеми и генерират други идеи, е време да помислите как да приложите това познание в работата си. В този раздел ще научите как да улесните генерирането на идеи, избора между тях, усъвършенстването и приложението им във Вашата организация.

Цели:

- Вникване в процеса на организационната креативност, за да станете по-иновативно МСП

Резултати от обучението за този раздел:

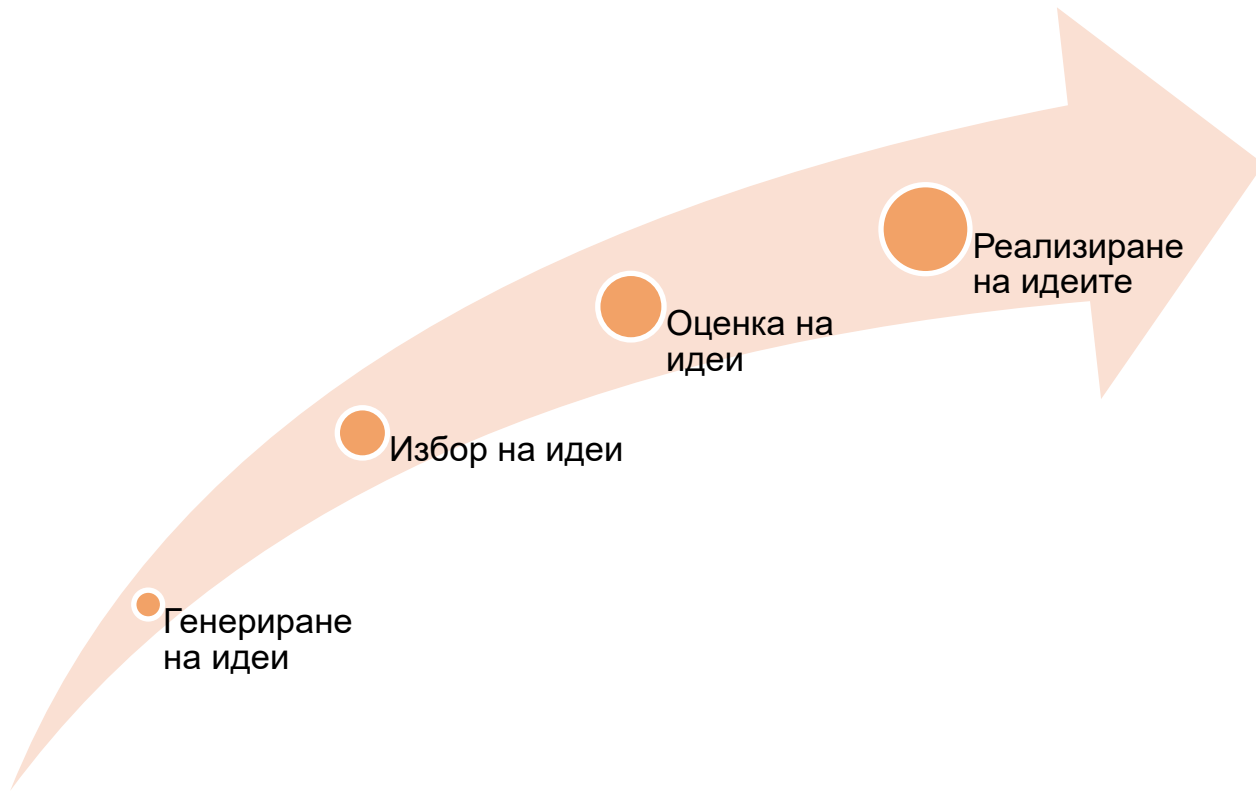
- Обучаемият трябва да познава процеса за организационна креативност
- Обучаемият трябва да използва и прилага практически инструменти и шаблони
- Способност за повишаване и подкрепа на креативността в организациите





Какъв е процесът за организационната креативност?

Четири стъпки на организационната креативност





Има различни техники, които биха могли да бъдат използвани, но основният фактор за успех е да се прилагат по много структуриран начин, с напътствия



Разсъждения, на базата на аналогични случаи

Оценка на идеи

Мозъчна атака

Мисловна карта

SCAMPER

Обратна връзка от клиенти

Разработване на процес

Диаграма на сходствата

Причинно-следствен анализ

Оценка на нови продукти

Оценка на съществуващи продукти



Innovation and creativity mentality advancement in SMEs



Erasmus+



В рамките на едно иновативно предприятие всеки служител е новатор!

Креативността в организацията се изгражда и развива въз основа на индивидуалните умения, способности и знания на всеки

- ⇒ **Експериментирайте и създавайте** иновативни концепции, а не отделни идеи
- ⇒ **Различни и разнообразни източници на информация** - изграждане на мултидисциплинарни екипи
- ⇒ Винаги има някой, който действа като агент на креативността – „Кралят на идеите“

НО

Стратегията изисква ясно **дефиниран стандарт** и ръководството изисква от Вас да работите само по него – много често срещана ситуация, която пречи на иновациите



В рамките на едно иновативно предприятие всеки служител е новатор?



➔ Докато работите върху текущи задачи и цели, мислете в посоката „а какво би станало, ако...?“ и „а след това какво?“.



КАКВИ СА ОСНОВНИТЕ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА, С КОИТО СЕ СБЛЪСКВАТЕ, КОГАТО СЕ ОПИТАТЕ ДА МИСЛИТЕ НЕСТАНДАРТНО?

– Има ли процес, който не може да бъде променен; има ли строги регулации и корпоративна култура или това е въпрос на управление?

Какъв е нашият отрасъл и сектор – променя ли се бързо или е традиционен и не се изисква промяна?



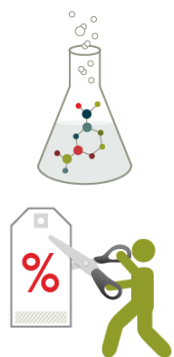
Креативността се управлява и насърчава на всички нива, като се започне от екипите

④ ПАРТНЬОРСТВА

③ УПРАВЛЕНИЕ



② ОРГАНИЗАЦИЯ



① ЕКИП

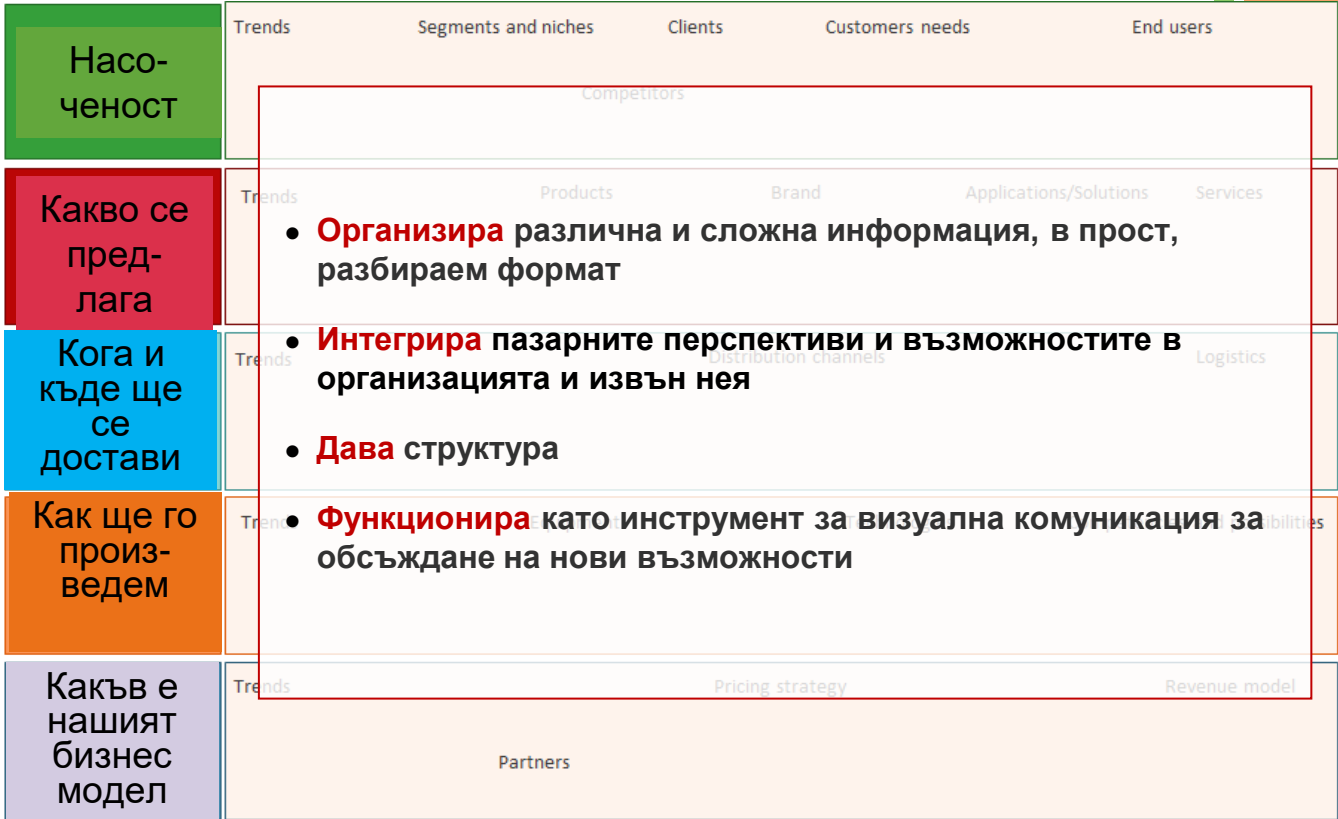




Техники и инструменти за креативност

Какво представлява картата на бизнес възможностите?

- Крайни клиенти на стоки B2C
- Клиенти на услуги B2B
- Служители
- Експерти
- Конкуренти
- Партньори и доставчици
- Свързани отрасли
- Други отрасли и пазари
- Държавата и нейните закони





Техники и инструменти за креативност

Какво представлява картата на бизнес възможностите?

Основната цел на картата на бизнес възможностите е да насочва генерирането на нови бизнес идеи, а след това да ги доразвива в концепции, състоящи се от пет елемента:

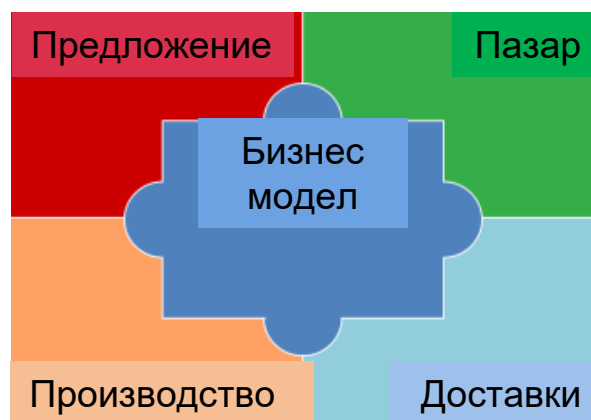
- **Пазар** - изброяваме всички идеи около ключовите поделементи: целеви групи, потребности, поведение, конкуренти, корпоративни клиенти, клиенти - физически лица, ниши и сегменти.
- **Предложение** - всички продукти, услуги, преживявания, марки, пакетни продажби и т.н.
- **Доставка** - тук изброяваме всички идеи, свързани с логистиката: сезонност, онлайн/офлайн канали, канали на дистрибуция и т.н.
- **Производство** - технологии, активи, ноу-хау, материали, елементи за производство на продуктите/услугите, човешки ресурси и др.
- **Бизнес модел** - тук се изброяват всички идеи, свързани с разходи, партньори, парични потоци от приходи.



Техники и инструменти за креативност

Какво представлява картата на бизнес възможностите?

След като всички полета на картата на бизнес възможностите бъдат попълнени с клъстери/групи от общи идеи, започваме да „**свързваме точките**“. Преглеждат се всички идеи в полетата и въз основа на тях можем да генерираме концепции, избирайки една или две идеи от **пазар, предложение, доставка, производство, или бизнес модел**.





Подбор и оценка на идеи

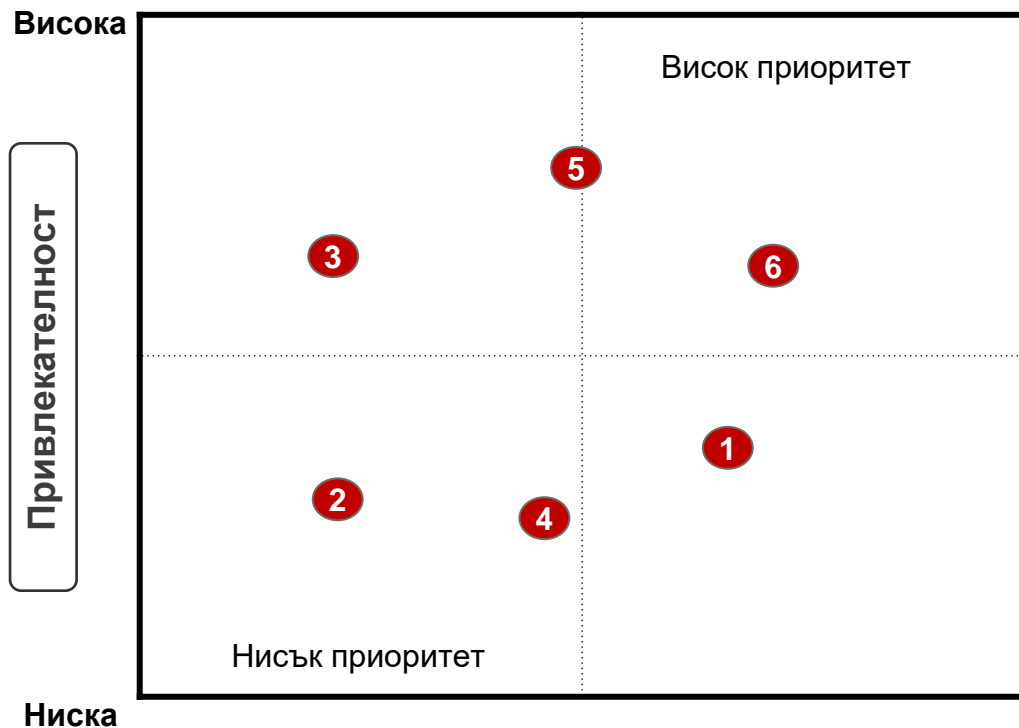


Приоритизиране на иновационните концепции

- Когато екипът разработи стабилни и добре дефинирани креативни концепции за нови бизнес възможности, става много по-лесно да бъдат оценени и подбрани.
- Помага ако се задават въпросите, които трябва, и ако се използват измерители, обхващащи всички ключови бизнес аспекти: финанси, ресурси, хора и т.н.:
 - *Колко „проницателна и вълнуваща“ е по отношение на възникващите тенденции в предприятието и извън него?*
 - *Колко „значима и смислена“ е от гледна точка на въздействието върху покупателното поведение на клиента и потенциалния размер/мащаб?*
 - *Доколко с нея може да се постигне „постов ефект и диференциация“ по отношение на активите и възможностите на предприятието?*
 - *Колко е „печеливша и устойчива“ по отношение на потенциалните инвестиционни изисквания и бизнес модела?*
 - *Обхваща ли различни сценарии?*



Можете да използвате матрицата ЦЕЛЕСЪОБРАЗНОСТ-ПРИВЛЕКАТЕЛНОСТ



- 1 Концепция 1
- 2 Концепция 2
- 3 Концепция 3
- 4 Концепция 4
- 5 Концепция 5

- Сравнителен размер на наградата (адресируем пазар)
- Възможности, които предоставя
- Награда/Риск
- Други?

Ниска Целесъобразност Висока

- Можем да го произведеме сами или в партньорство

- Разполагаме с ресурсите

- Съответства на нашата стратегия



Имате нужда от хора или системи (или някаква комбинация), които имат отговорност за събирането и оценяването на идеи.



Пример, ориентиран към хората:

Едно предприятие може да възложи на най-разнородни кадри да следят за нови идеи и нововъзникващи или дисруптивни тенденции в бизнес средата. Тогава има създадени екипи или отделни лица, които конкретно отговарят за търсенето и управлението на нововъзникващите тенденции в своите области на дейност. Накрая тези екипи или отделни лица оценяват информацията и решават дали предлагането на някои продукти да бъде прекратено, да бъдат подложени на повече тестове, а други да влязат в списъка с нови продукти за разработване или предлагане.

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



Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs



Erasmus+



Имате нужда от хора или системи (или някаква комбинация), които имат отговорност за събирането и оценяването на идеи.



Пример, ориентиран към системите:

За да започнете да генерирате проницателни идеи, можете да провеждате семинари и събития за генериране на идеи, да подтиквате за подаване на предложения онлайн и да говорите с клиентите си. При обработката на тези нови идеи трябва да ги съпоставяте със съществуващите и минали кампании. По този начин можете да избегнете преоткриването на колелото, като елиминирате „нови“ прозрения, които вече са били оценявани. Можете също така да откриете и текущи опити за иновации, които могат да получат допълнителен тласък,

като осъществите връзка с нова идея.

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

+ Видеоклип



[The art of innovation](#), Guy Kawasaki, TEDxBerkeley

Учебни помагала

- Jonash, R., Sommerlatte, T., The Innovation Premium, Arthur D. Little Inc, 2009
- What innovation processes and tools are key to institutionalize innovation across all parts of your organization?, Volume II, Issue 5 November 20, 2018, <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.

Преглед на раздела

В този раздел се описва процесът за организационна креативност и се представят четирите основни стъпки.

Представят се и някои практически бизнес инструменти и шаблони, в помощ на обучаемия да постигне по-висока производителност по отношение на креативността в организации от различен тип.

