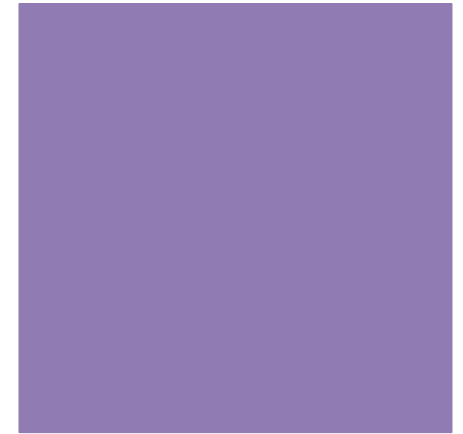




Kreatywność

Część 1.8: Jak zarządzać procesem kreatywności:
Kluczowe czynniki sukcesu



Jak zarządzać procesem kreatywności: kluczowe czynniki sukcesu

Bieżąca część zawiera informacje dotyczące sposobów podtrzymywania kreatywności w organizacjach. Prezentacja przedstawia pięć kluczowych czynników sukcesu, które należy rozważyć i monitorować.

Cele:

- Przedstawienie kluczowych czynników sukcesu wraz z przykładami i szczegółami
- Prezentacja wskaźników i narzędzi podtrzymujących proces innowacji i kreatywności wokół pięciu czynników

Efekty szkolenia:

- Poznanie kluczowej roli zarządzania procesem kreatywności
- Zastosowanie koncepcji i narzędzi do zarządzania kreatywnością
- Podniesienie poziomu zarządzania kreatywnością





Istnieje pięć kluczowych czynników sukcesu zarządzania kreatywnością



Przywództwo

Kultura

Komunikacja

Motywacja

Struktura



Kultura firmy i przywództwo w procesie stymulowania kreatywności



- ➔ Zaangażowanie i wsparcie kierownictwa wyższego szczebla; podejście systemowe
- ➔ Kierunek i obszar rozwoju firmy: portfolio innowacji
- ➔ W Apple kierownictwo stosuje się do zasady „Wszyscy pracują razem dla dobra Apple”.
- ➔ Generowanie pomysłów i umiarkowana tolerancja na ryzyko
- ➔ Komunikacja, udostępnianie i dostęp dla każdego pracownika



Przywództwo

Skuteczne przywództwo jest ważne dla efektywnego generowania pomysłów i kreatywności. Liderzy mogą wpływać na grupę, aby osiągnąć swoje cele poprzez trzy główne czynniki jak:

- ustalanie i komunikowanie celów
- budowanie zaufania i inspirująca praca zespołowa
- określenie jasnego celu i intencji strategicznej



Przypadek zmiany

Ćwiczenie



Konieczność innowacji (przypadek zmiany)

W swoich grupach określ zmiany w branży: co dzieje się w kwestii konkurencji, popytu, klientów.

Dlaczego musimy się zmienić? Ambitny właściciel/Prezes? Ile i co trzeba zmienić?

Spróbuj opracować uzasadnienie/konieczność zmiany, tj. innowację i przedstawić ją w przekonujący sposób.

Spójrz na szereg kluczowych czynników strategicznych i zastanów się, jak bardzo są rozległe: wiedza i technologie, nowe i lepsze usługi i produkty, niższe ceny, lepsze wykonanie operacyjne, lepsze zrozumienie klientów i rynków, niezaspokojone i nieznanne potrzeby klientów.



Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs



Erasmus+



Jakie trendy wpływają na Twój biznes?



Światowe trendy
Społeczne, technologiczne, ekonomiczne,
środowiskowe, polityczne

-
-
-
-
-
-
-

Konkurenci i substytuty

-
-
-
-
-
-
-

Zmieniające się możliwości
Kompetencje, technologie, dostawcy,
partnerzy i sieci

-
-
-
-
-
-
-

Zmieniające się potrzeby i klienci
Konsumenci, klienci, kanały dystrybucji,
osoby wpływowe - influencerzy

-
-
-
-
-
-
-



Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs



Erasmus+



Kultura

Kultura to zbiór podstawowych wartości i systemów przekonań, które nadają sens organizacjom, powstaje pod wpływem szeregu czynników wewnętrznych i zewnętrznych, z których część jest trudna do zarządzania.

Możesz:

1. ustanowić widoczny związek pomiędzy **dzieleniem się wiedzą** a praktycznymi celami biznesowymi
2. zintegrować **tworzenie i przekazywanie wiedzy** z bieżącą, kluczową inicjatywą biznesową
3. dostosować struktury **nagradzania i uznania** aby wspierać przekazywanie i ponowne wykorzystywanie wiedzy (jak wcześniej wspomniano).
4. spróbować stworzyć **otwarte środowisko fizyczne** w obszarach, w których ludzie mogą prowadzić rozmowy bez przeszkadzania innym.

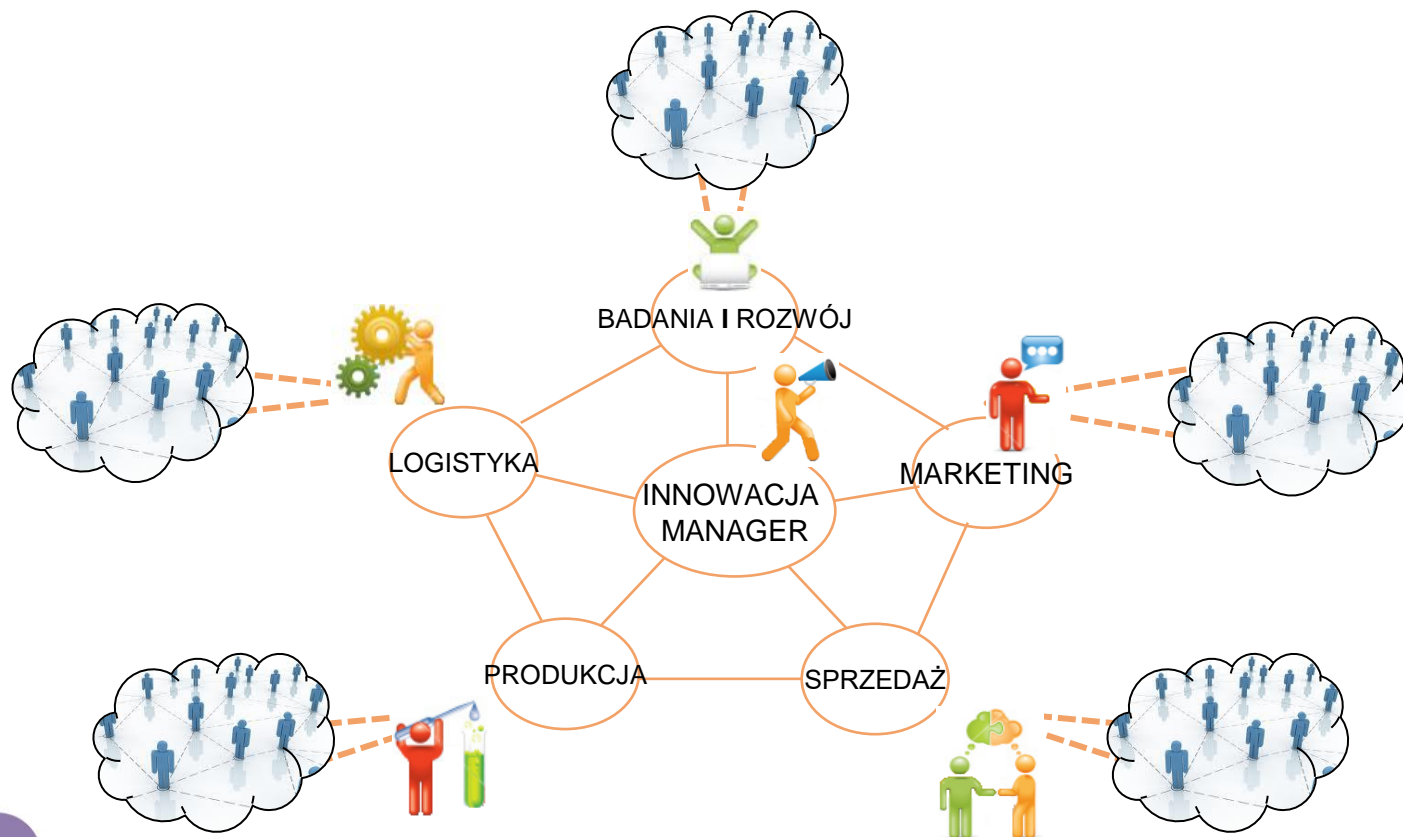


Innovation and creativity mentality
advancement in SMEs



Erasmus+

+ Struktura wymaga współpracy interdyscyplinarnej





Motywacja i komunikacja

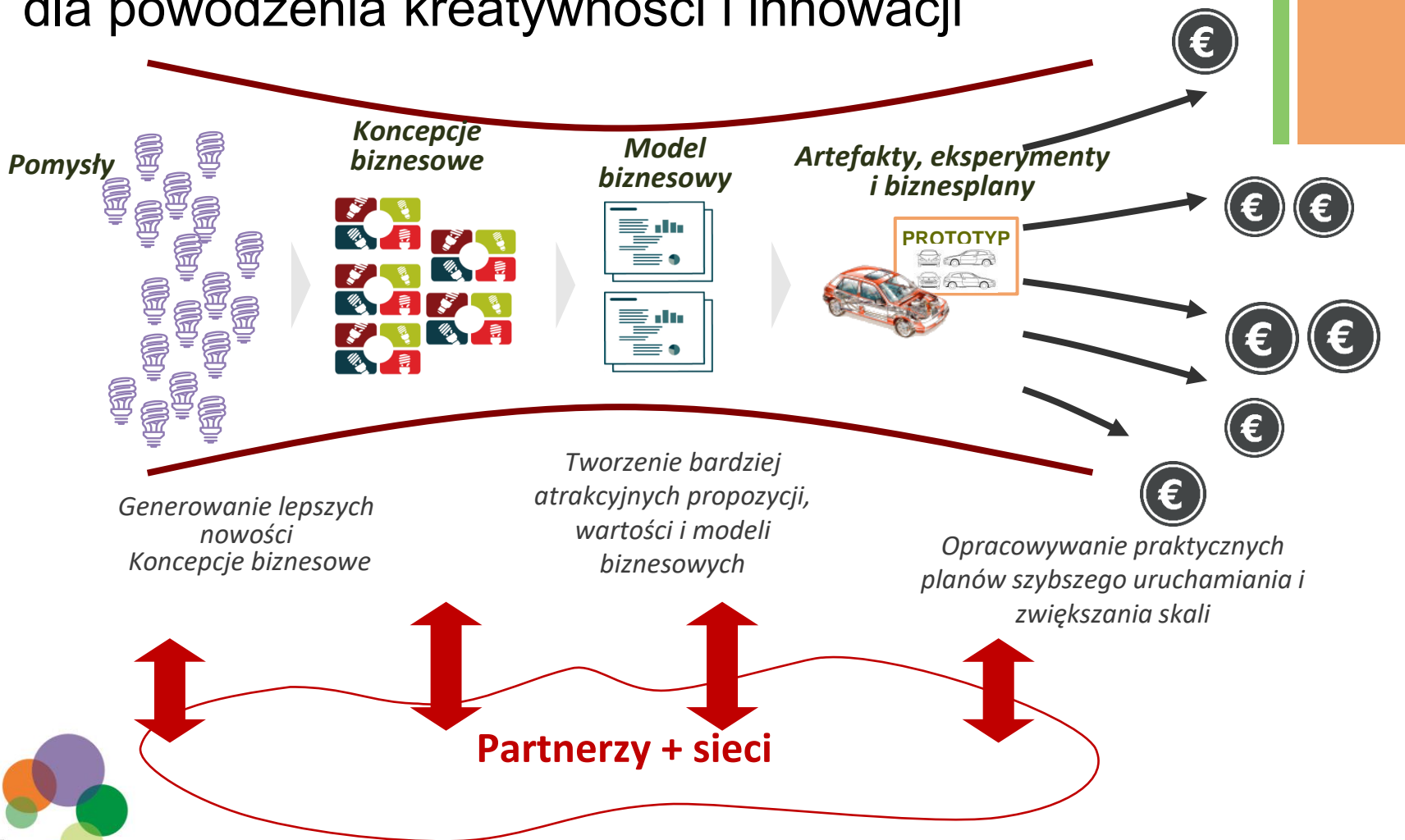


- **Organ decyzyjny:** 95% organizacji z dużym zaangażowaniem zapewnia niezbędny organ decyzyjny. Przy niskim poziomie zaangażowania to tylko 52%.
- **Szacunek i uznanie:** Organizacje o wysokim poziomie zaangażowania osiągają wyższy stopień spełnienia, szczególnie w odniesieniu do szacunku, rozsądku i uznania.
- **Kultura innowacji:** Tylko 10% firm o niskim zaangażowaniu posiada kulturę innowacji i błędów, podczas gdy odsetek firm o wysokim zaangażowaniu wynosi 91%.
- **Informacja zwrotna:** 95% menedżerów regularnie przekazuje informacje zwrotne w firmach o dużym zaangażowaniu i dba o motywację pracowników.
- **Menedżerowie w roli coacha:** W firmach o wysokim poziomie zaangażowania pracowników menedżerowie bardziej koncentrują się na zadaniach związanych z zarządzaniem ludźmi, takich jak coaching, przekazywanie informacji zwrotnej i motywacja pracowników.

Źródło: Kultura innowacji: Jak małe gesty mają duży wpływ na motywację pracowników



Partnerstwo i współpraca mają kluczowe znaczenie dla powodzenia kreatywności i innowacji





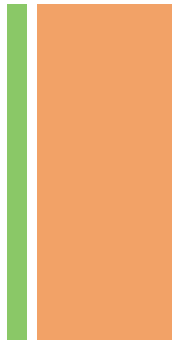
Win-Win-Win (wszyscy muszą wygrać)



Partnerzy i interesariusze muszą mieć wzajemne korzyści



Istnieją trzy opcje uzyskania przez organizację wymaganych kompetencji



Trzeba je samodzielnie wyrobić

Zespół pracuje wewnątrznie i tworzone są zespoły wielofunkcyjne

Współpracować

Współpraca zewnętrzna za pośrednictwem partnerów i sieci

Kupić

Źródło i zamówienie



Istnieją różne opcje partnerstwa w zakresie technologii i rozwoju, z których każda charakteryzuje się szeregiem parametrów

(Otwarte) Opcje innowacji

1. Wewnętrzne
2. Badania kontraktowe
3. Koncesjonowanie
4. Partnerstwo jednocelowe
5. Partnerstwa na rzecz wspólnego rozwoju
6. Konsorcjum na rzecz rozwoju
7. Przedsięwzięcie wielozadaniowe
8. Crowdsourcing

Kluczowe parametry partnerstwa

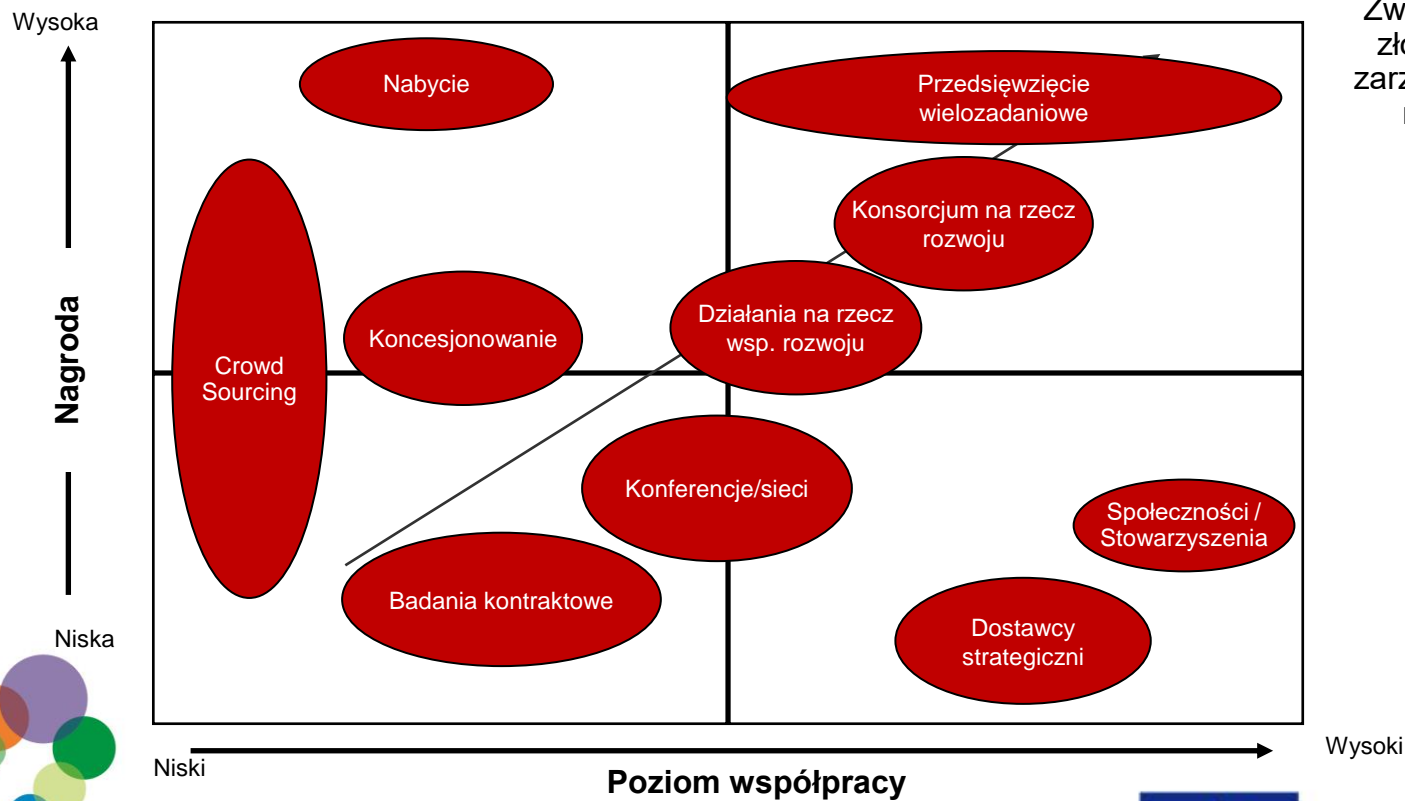
1. Ryzyko/nagroda
2. Ilość współpracy
3. Rodzaj relacji
4. Moc decyzyjna partnera
5. Struktura zarządzania
6. Własność intelektualna
7. Rodzaj portfela projektów
8. Interakcja z innymi partnerami



Partnerstwa na rzecz innowacji i technologii, które oferują większe nagrody, wymagają większej współpracy między dwoma partnerami, aby odnieść sukces



Ryzyko inwestycyjne a poziom współpracy



Zwiększona złożoność zarządzania i ryzyko

Pomoc dydaktyczne

Kultura innowacji: Jak małe gesty mają duży wpływ na motywację pracowników,

<https://www.lead-innovation.com/english-blog/innovation-culture-employee-motivation>

Udane innowacje dzięki motywacji, październik 2015 r.

Verslas teorija ir praktika 16(3):223-230,

https://www.researchgate.net/publication/283852840_Successful_innovation_by_motivation

Jak demokratyzujemy innowacje?,

<https://ixl-center.com/index.php/2018/12/03/ democratize-innovation/>

Przegląd rozdziału

Głównym celem bieżącego rozdziału jest przegląd i prezentacja niektórych kluczowych aspektów utrzymania kreatywności w celu stymulowania innowacji w organizacjach.

Po zainicjowaniu i rozwinięciu procesu kreatywności należy nim zarządzać i ustanowić go integralną częścią lub DNA organizacji sektora MŚP.

Kluczowymi czynnikami sukcesu są: kultura, komunikacja, struktura, motywacja, przywództwo. Przy odpowiednim zarządzaniu i wdrażaniu zasad, cel ostateczny staje się łatwy do osiągnięcia.

Niniejsza część przedstawia także informacje o kluczowej roli partnerstwa i sieci kontaktów w procesie kreatywności.