



idees i eines
per INNOVAR

Jubert+Partners

EN QUE S'ASSEMBLEN?



LLIBRE

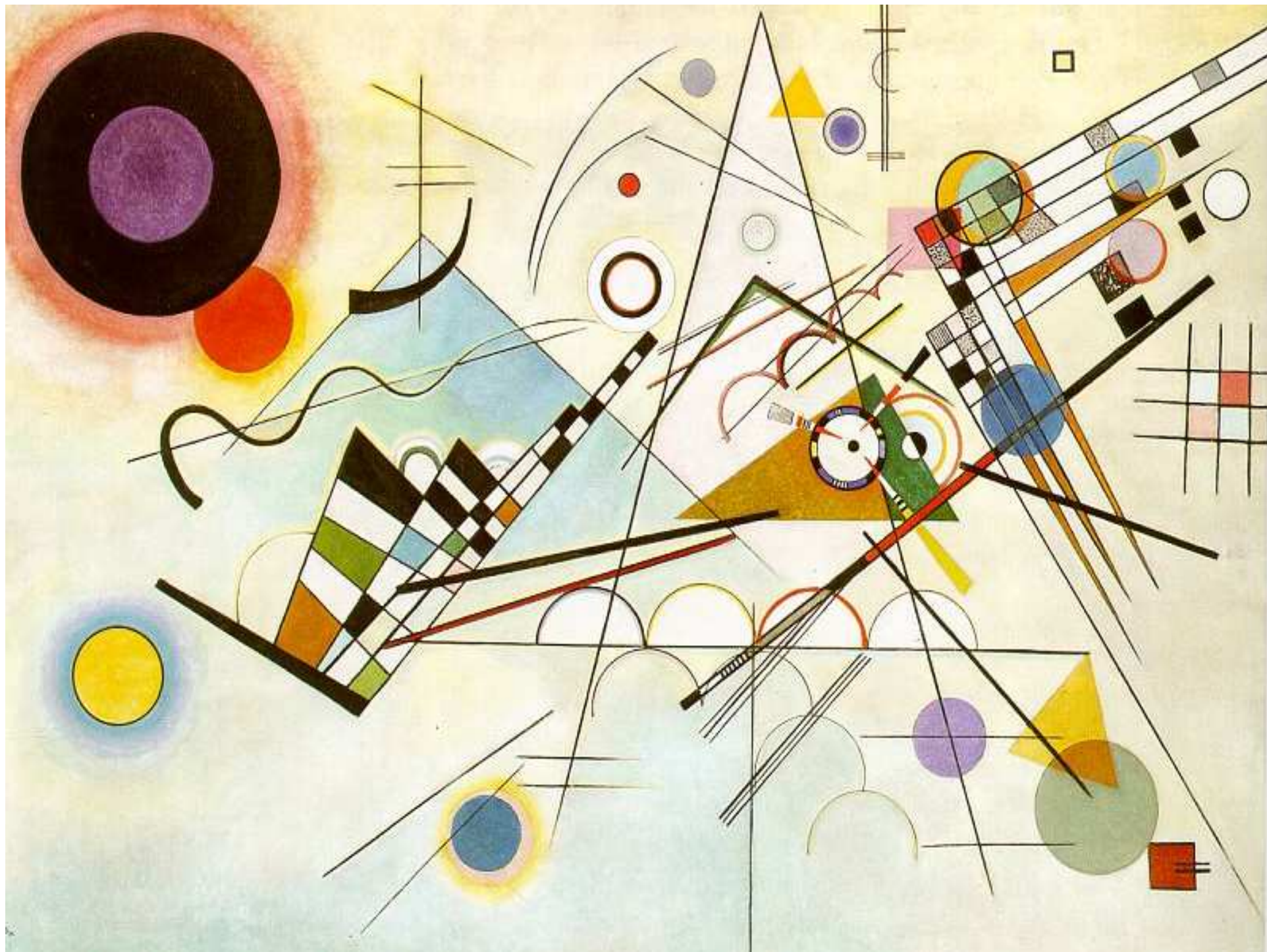


CERVESA



LLIT







Les claus per innovar

El principal mitja de producció es petit,
gris i pesa al voltant de
1.350 grams.

El cervell humà

Què és innovació?

“La innovació es una actitud, una predisposició”.

Joan Ribot (Premio FAD de fotografia)

“Innovar és lluitar contra la inèrcia, contra els dogmes empresarials obsolets, contra la absència de reflexió. Innovar es aprofitar les persones, les noves idees. Innovar implica crear equips, investigar, acceptar crítiques i superar-les. Innovar és un esperit”.

Josep Ignasi Latorre (Físico)

crisis

“No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos.

La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche. Es en la crisis donde nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar “superado”. Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones.

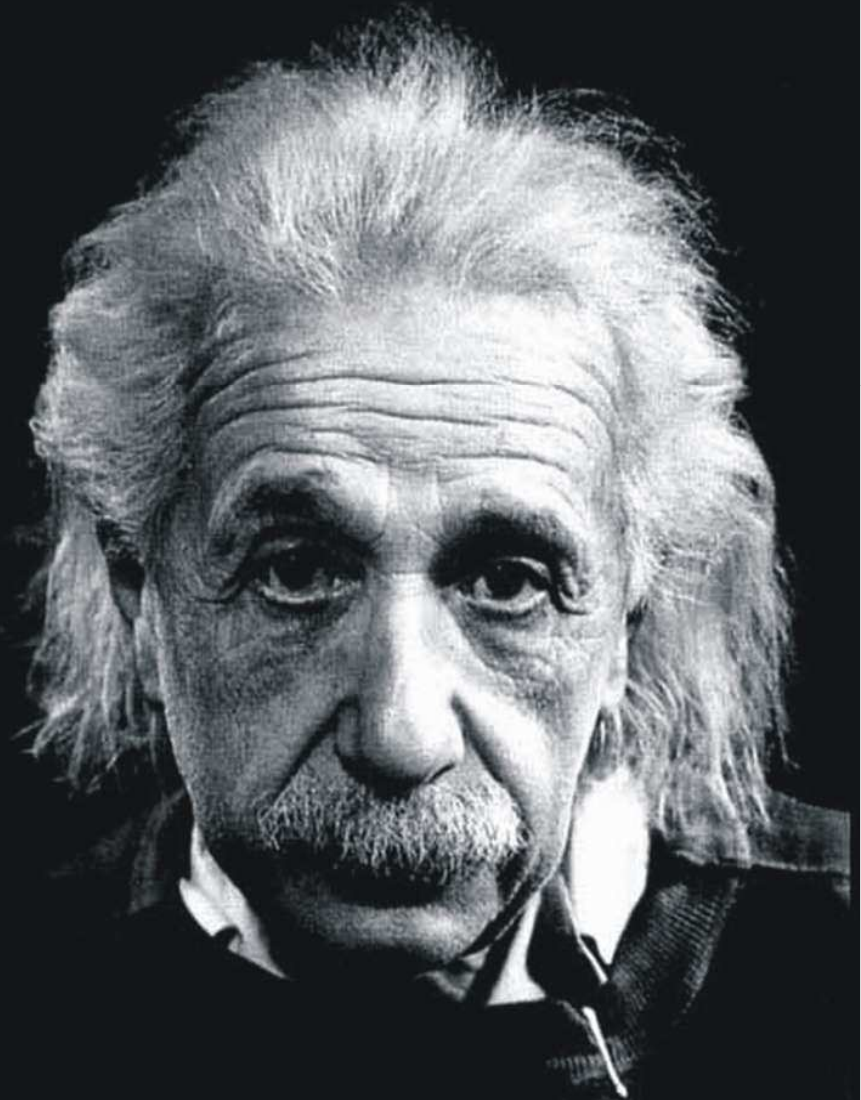
La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia.

El problema de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia.

Hablar de Crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo.

En vez de esto, trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora: la tragedia de no querer luchar por superarla.

Albert Einstein



Principis bàsics per la Innovació



Requisits bàsics per innovar

estratègia

- Definició clara de l' identitat i el propòsit de l' organització
- Tenir clar cap on es va
- Objectius clars

lideratge

- Lideratge
- Orientació a resultats
- Coherència entre el que es diu i el que es fa

persones

- Involucrar a les persones
- Nous valors
- Creativitat

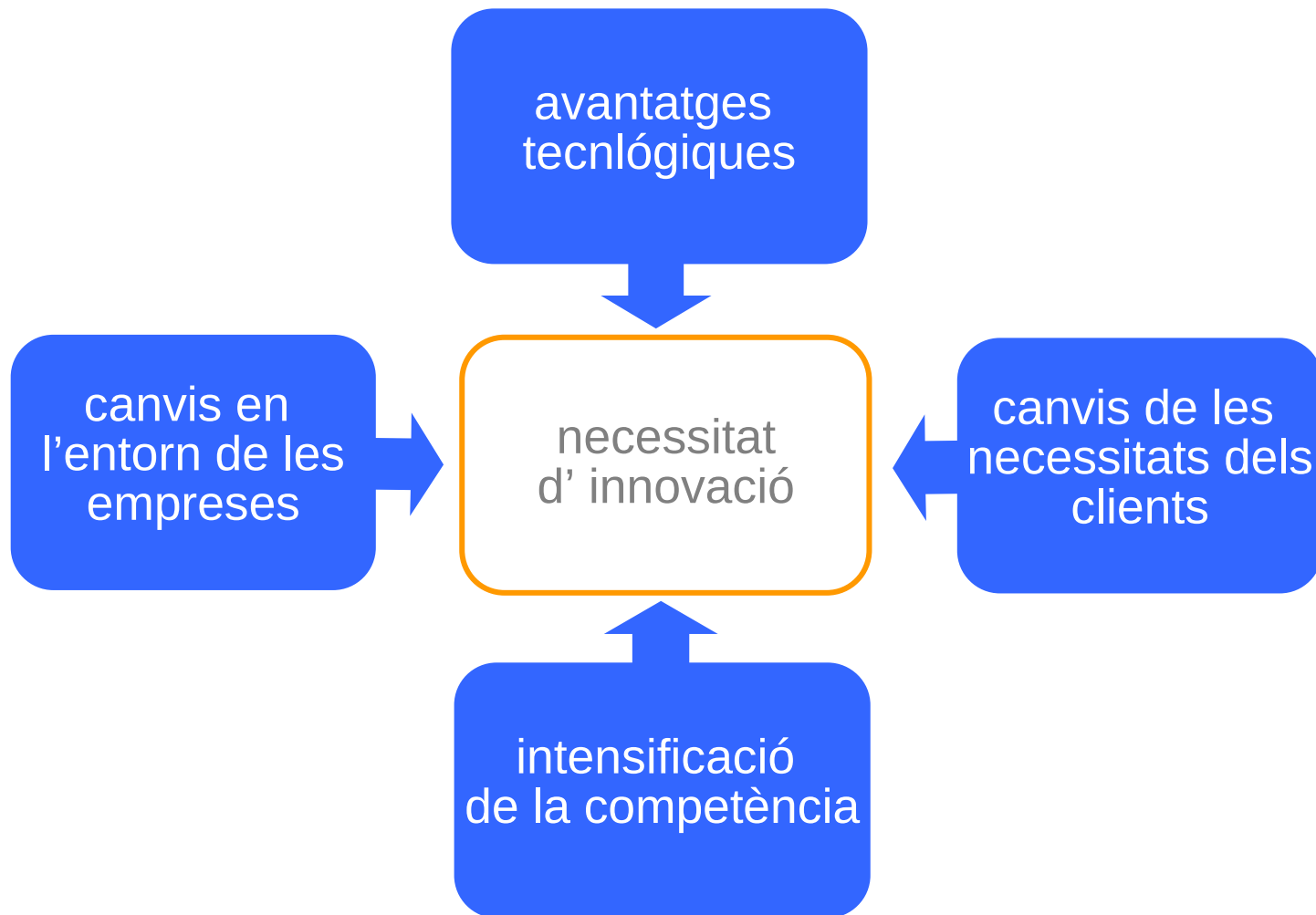
processos

- Coneixements i capacitats

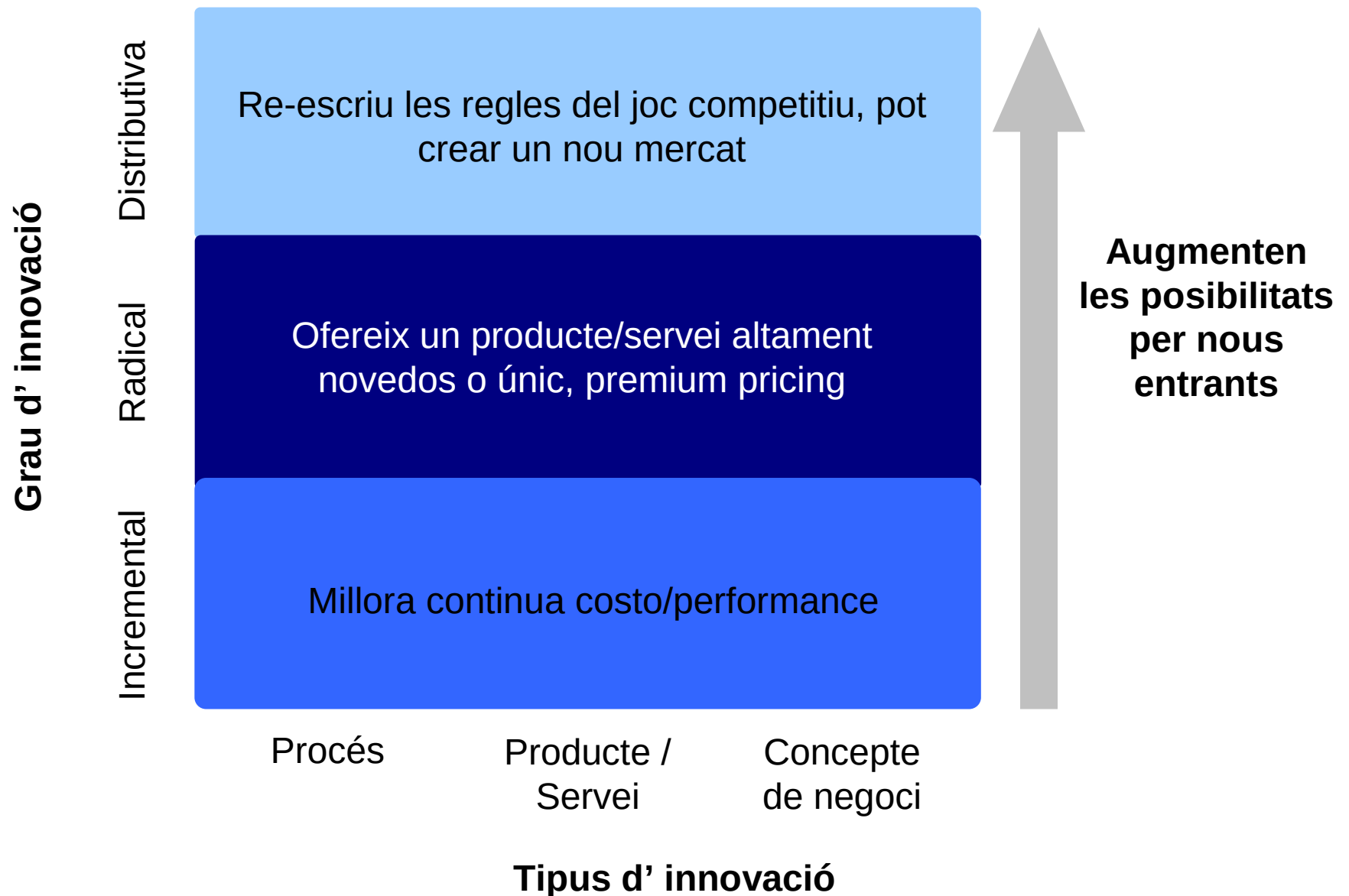
organització

- Regles de joc clares en la manera de funcionar per aconseguir els objectius

Eixos que impulsen la necessitat d'innovar



Font: Modified from Sheth and Ram (1987).



Fronteres dels mercats

Centrar esforços
per ser el millor del
Sector

Veure el futur a
través de la lent
dels Grups
referents

Dirigir-se al mateix
grup de
compradors

Definir de manera
similar els
productes y serveis

Acceptar l'
orientació funcional
i emocional del
sector

Centrar-se en el
mateix enfocament
estratègic

Idees força per la Innovació



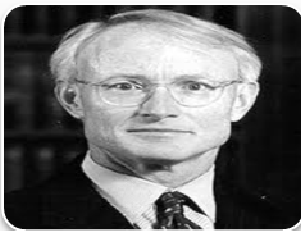
Som el que pensem. Amb el nostre pensament construïm el nostre món.

(Buda)



El incrementalisme és el pitjor enemic de la innovació.

(Nicholas Negroponte – Laboratori MIT)



L'única avantatge competitiva sostenible, consisteix en innovar més que la competència.

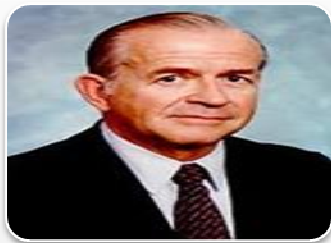
(Michael Porter Estratègia)

Idees força per la Innovació



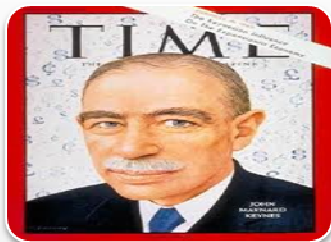
Pensa en revolució, no en evolució

(Richard Sullivan – Vice. Home Depot).



El problema no és com generar idees noves innovadores, sinó com oblidar les idees velles

(Dee Hock, creador de VISA).



La cosa més difícil del món, no és que les persones acceptin idees noves, sinó aconseguir oblidar les velles

(John Maynard Keynes – Economista).

Idees força per la Innovació



En aquesta empresa t'acomiaran per no cometre errors.

(Steve Ross, president de Time Warner)



El fracàs és l'únic precursor de l'èxit.

(Tom Peters)



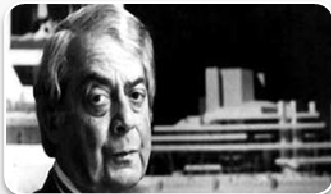
Totes les grans idees van començar semblant blasfèmies .

(George Bernard Shaw)

Idees força per la Innovació



El nostre és un dels sectors més increïbles en que es pot treballar. Estem en contacte físic i anímic amb la gent i canviem la seva vida ajudant-los a millorar la seva imatge. (Michael C. Hemphill, perruquer de l'any a EE. UU.).



El nostre treball és donar al client el que no havia somiat que volia
(Denys Lasdom, dissenyador).



Sigues tot el que pots ser, sigues més del que podries imaginar.



L'empresarització és impossible sinó es dispensa confiança i respecte a tots els empleats.

Idees força per la Innovació

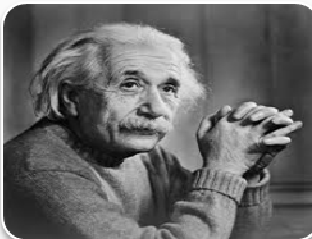


Com més estreta és la relació amb el client, hi han més possibilitats d'augmentar el volum d'ingressos que s'obté d'ell.



Els canvis en els processos empresarials potenciaran l'autoservei, els costos de l'empresa es reduiran i el servei millorarà perquè els clients se'l presenten ells mateixos

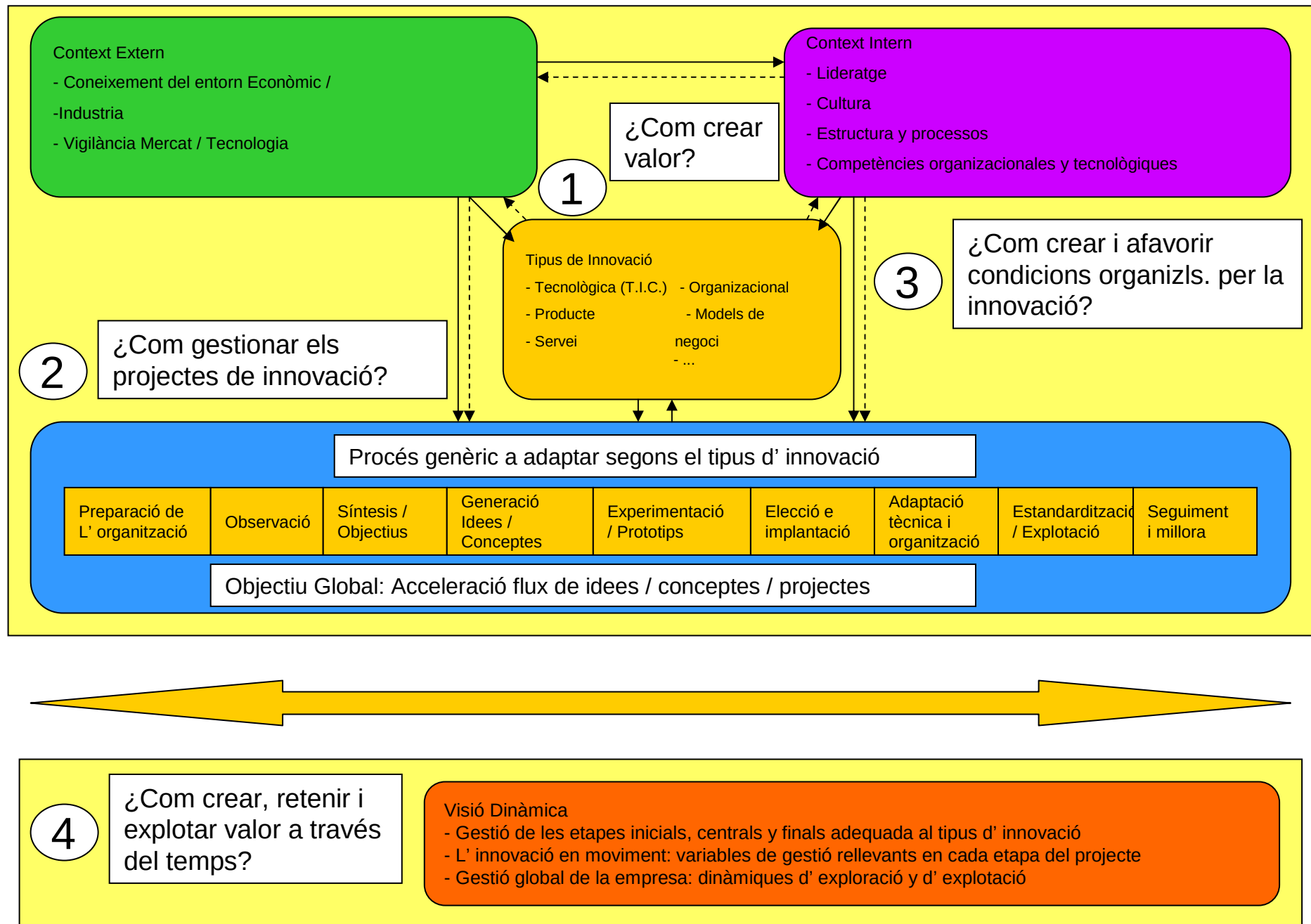
(Raimond Lane – Oracle).

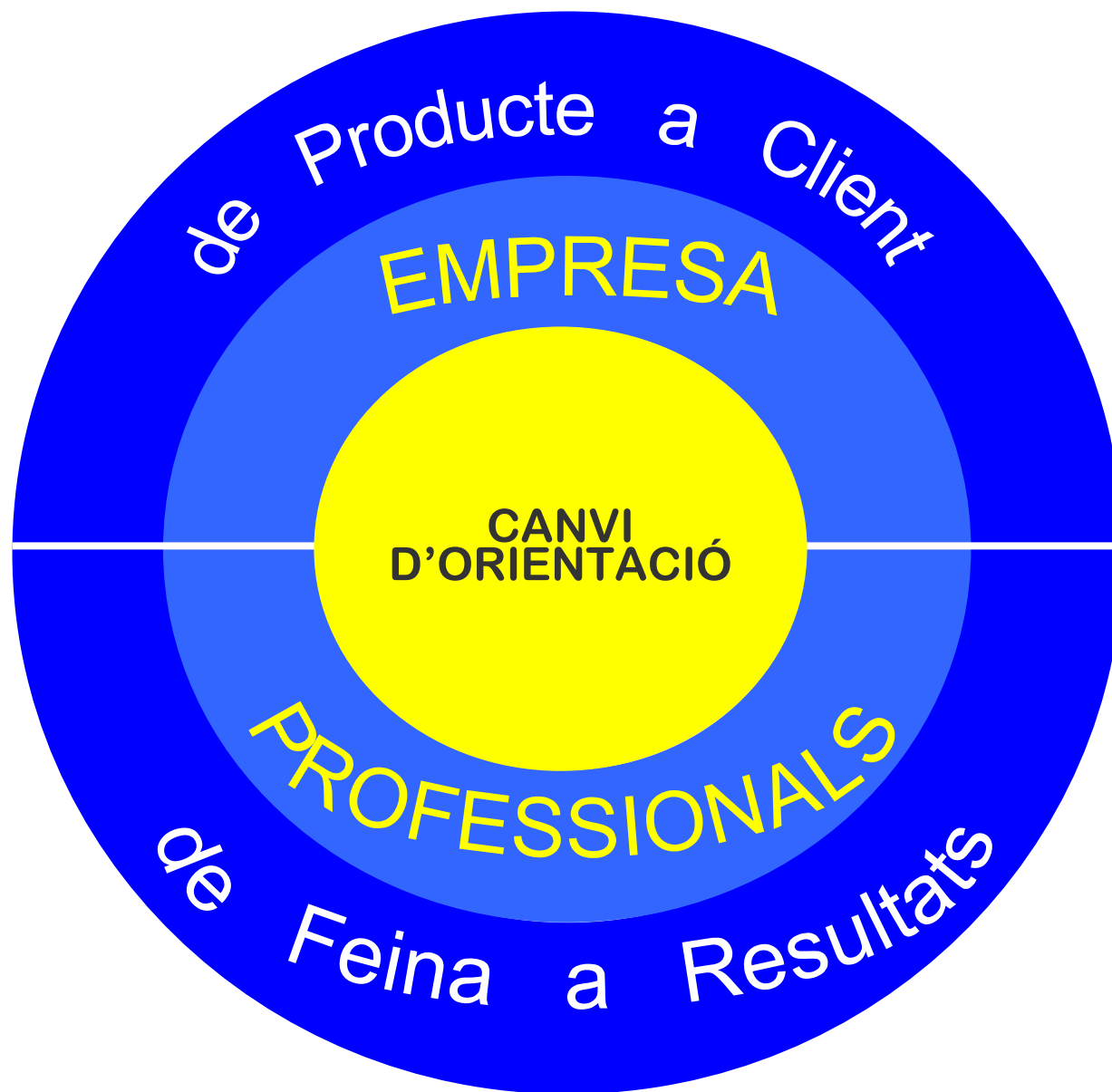


Si volem resultats diferents, hem de fer coses diferents

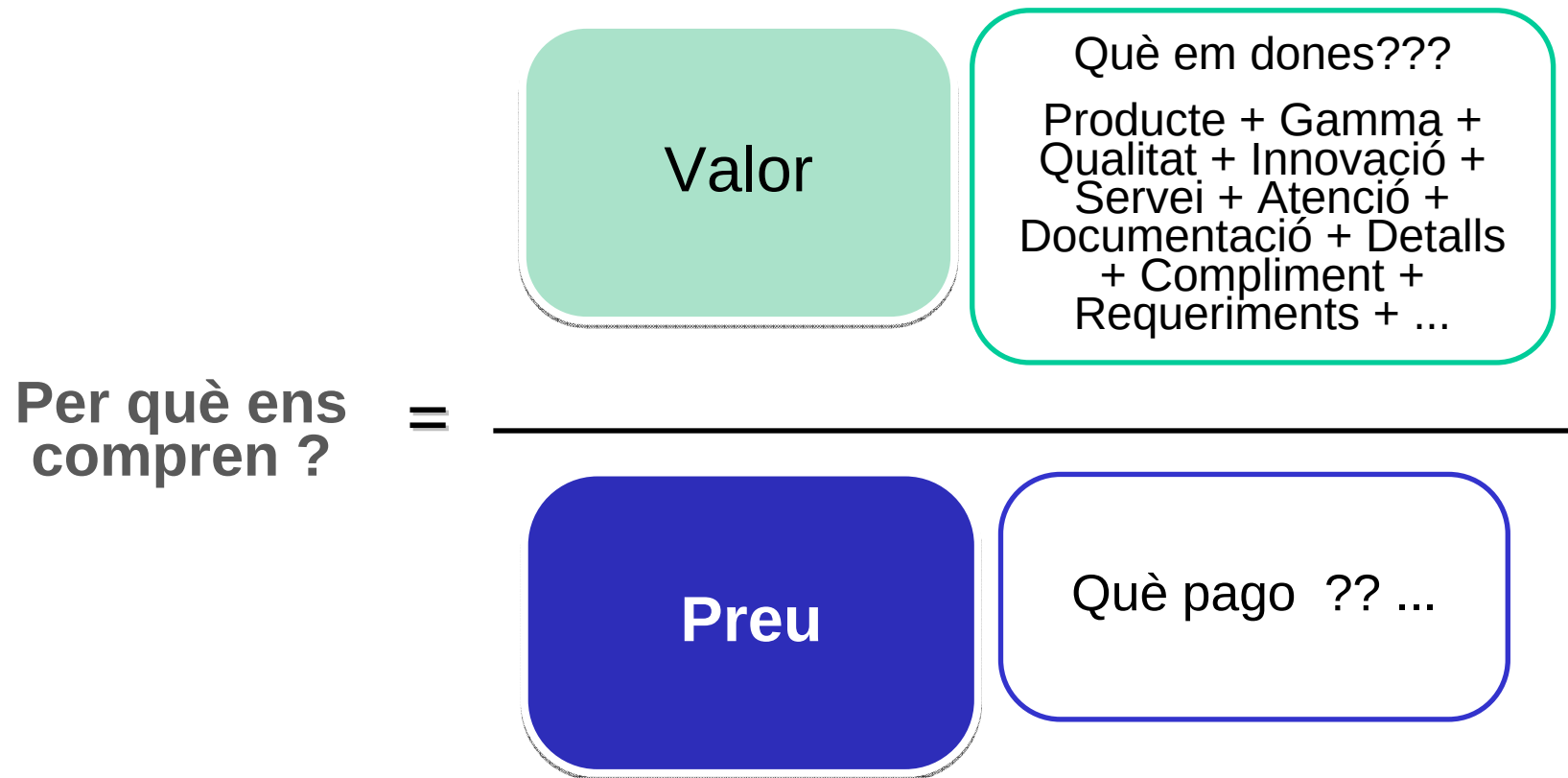
(Einstein)

MARC DE REFERÈNCIA D' INNOVACIÓ





Valor pel Client



Models d'Innovació i creació de valor

Orientació

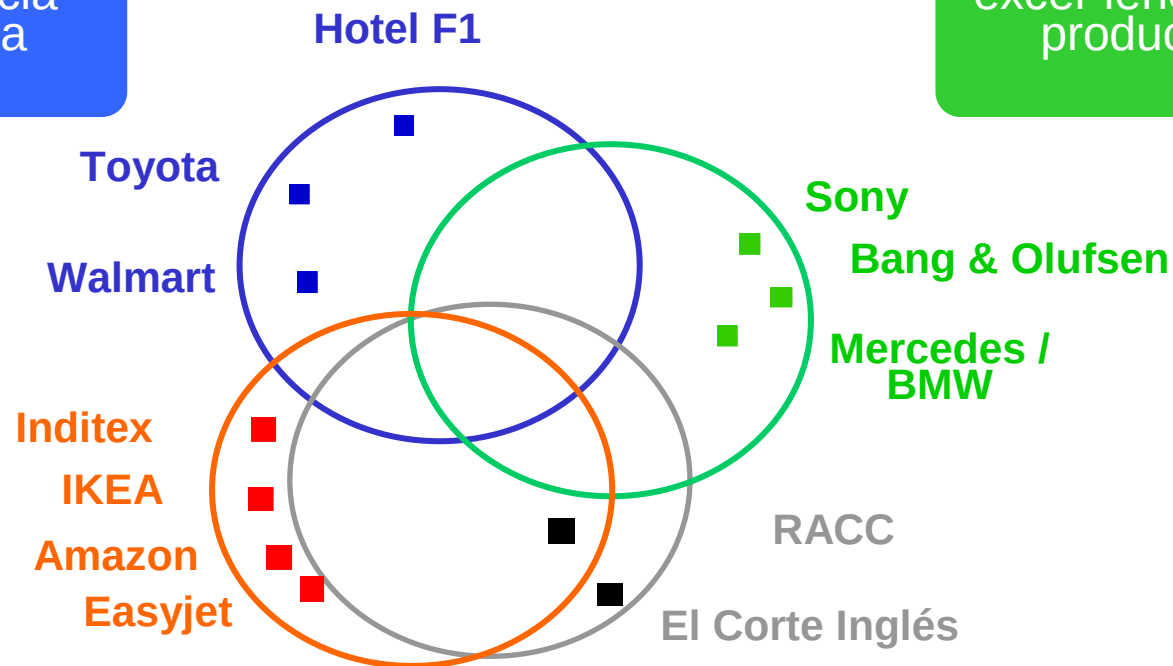


nou model de negoci

Exemples dels models d'innovació

excel·lència operativa

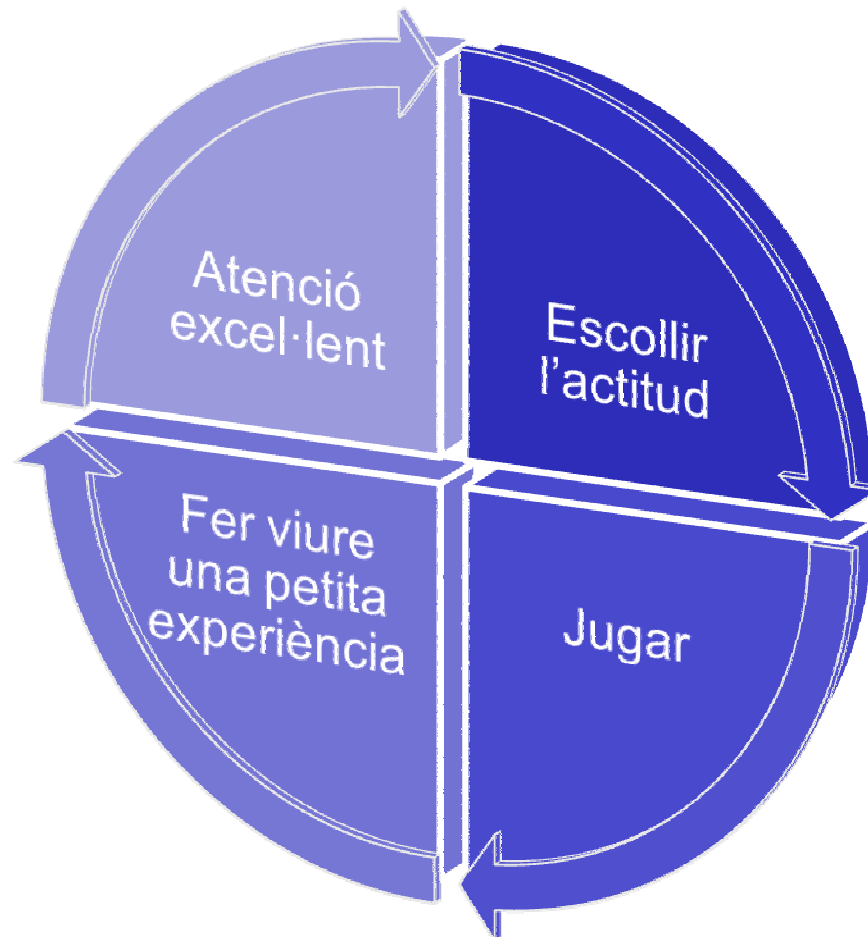
excel·lència de producte



nou model de negoci

estreta relació amb el client

Principis de la filosofia FISH



Casos d' innovació





STARBUCKS

STARBUCKS EN NÚMEROS:

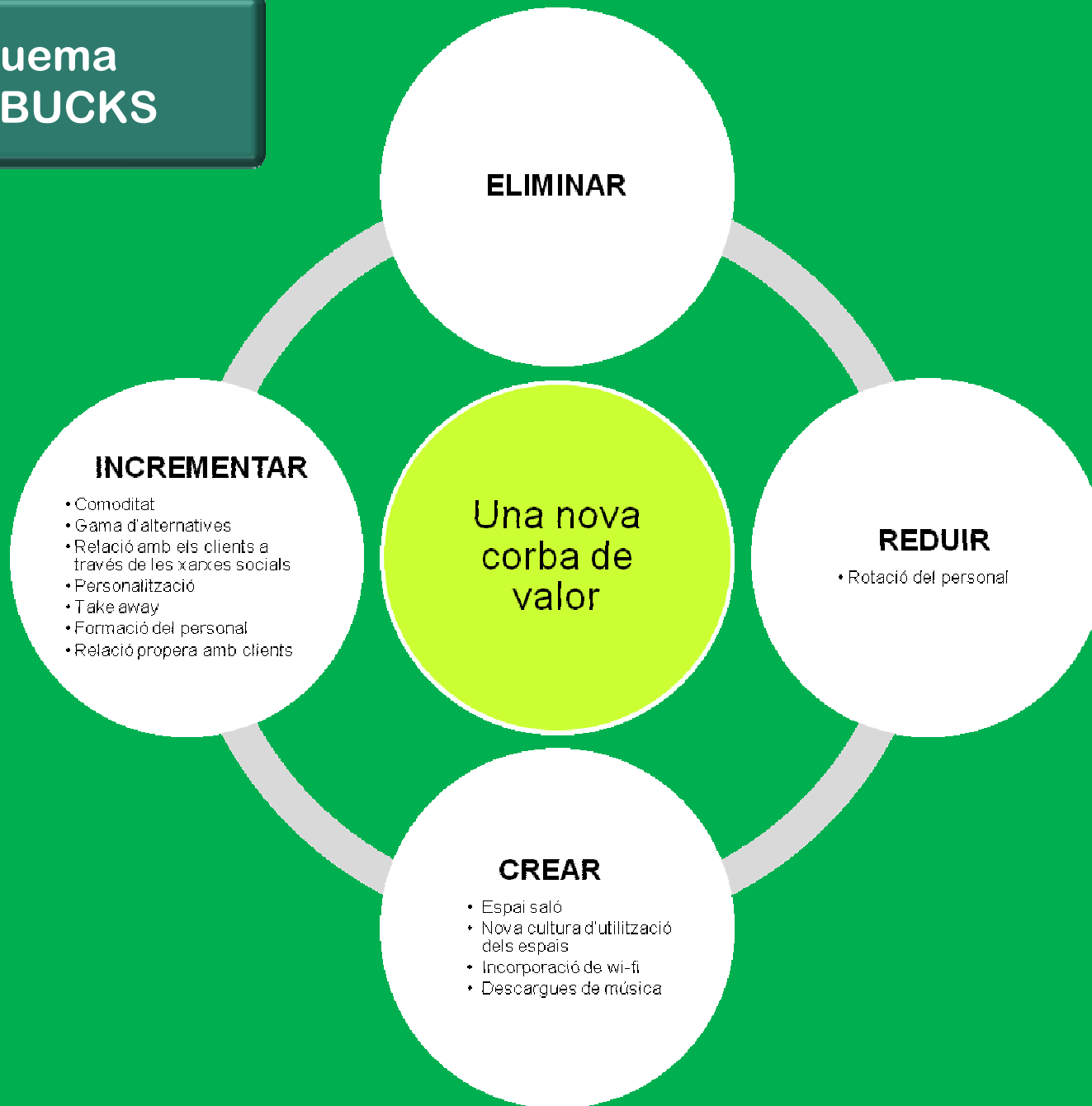
Fundada
l'any 1971

Seattle
(USA)

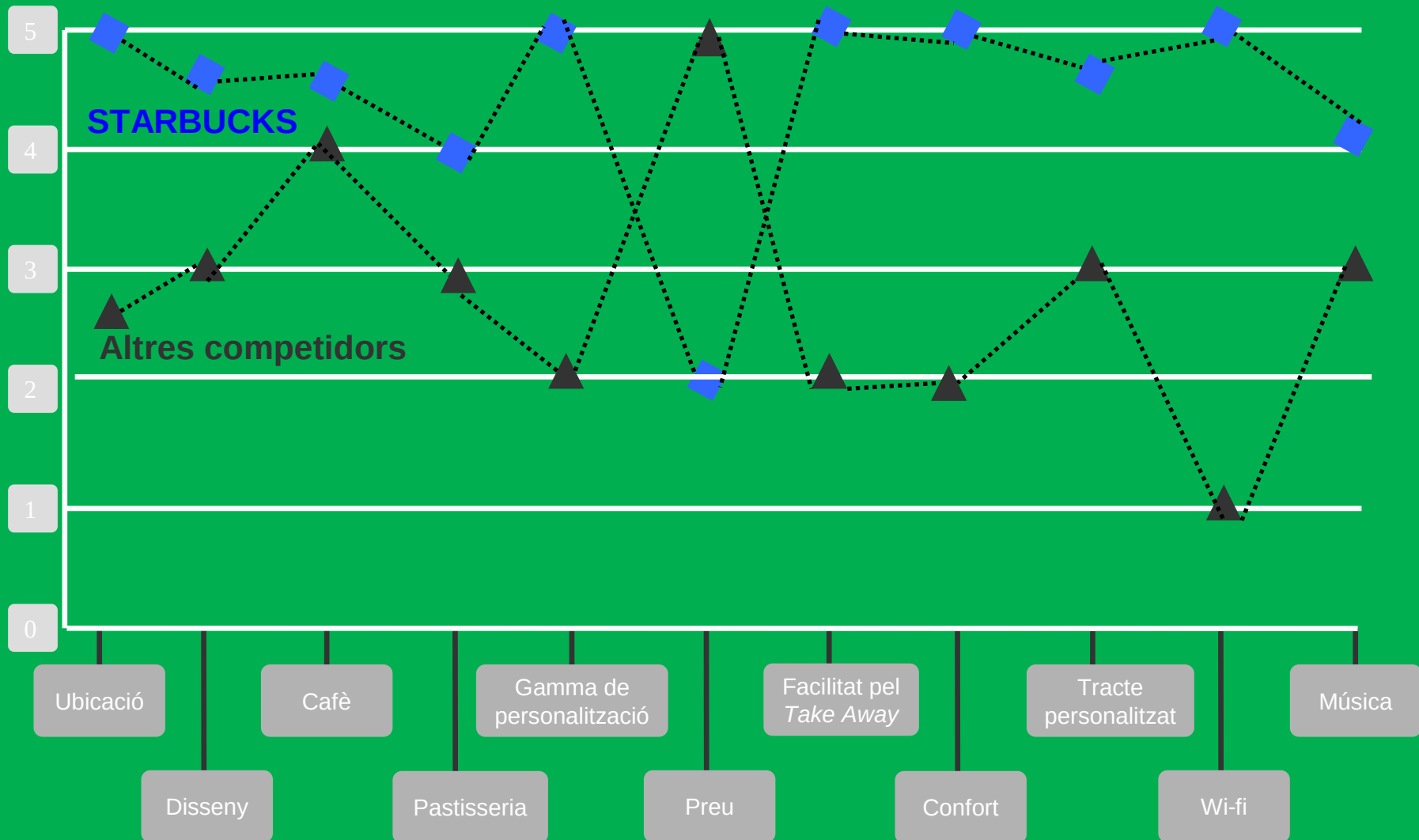
145.000
treballadors

13.000
locals en
40 països.

Esquema STARBUCKS



Quadre estratègic STARBUCKS



STARBUCKS



CONCEPTES ESTRATÈGICS:

Compromís total amb els seus clients.	Viure una experiència única a cada visita • Aroma del cafè • Sofàs còmodes • Connexió a Internet sense fils • Baixar música a reproductors portàtils • Productes originals	Aliances estratègiques	Compromís amb la comunitat i el medi ambient	Personal molt preparat
---------------------------------------	---	------------------------	--	------------------------

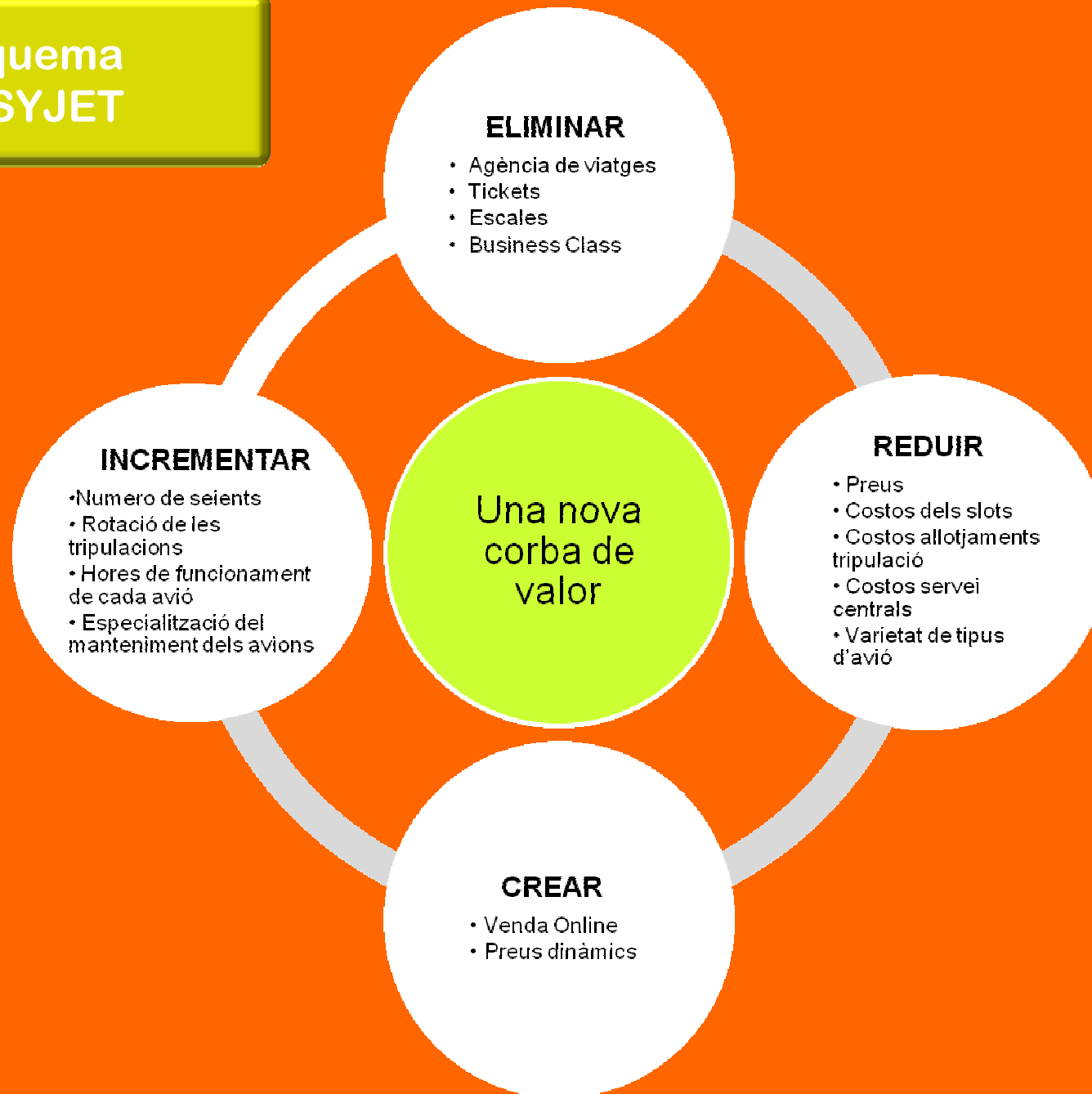
STARBUCKS és molt més que un bon cafè



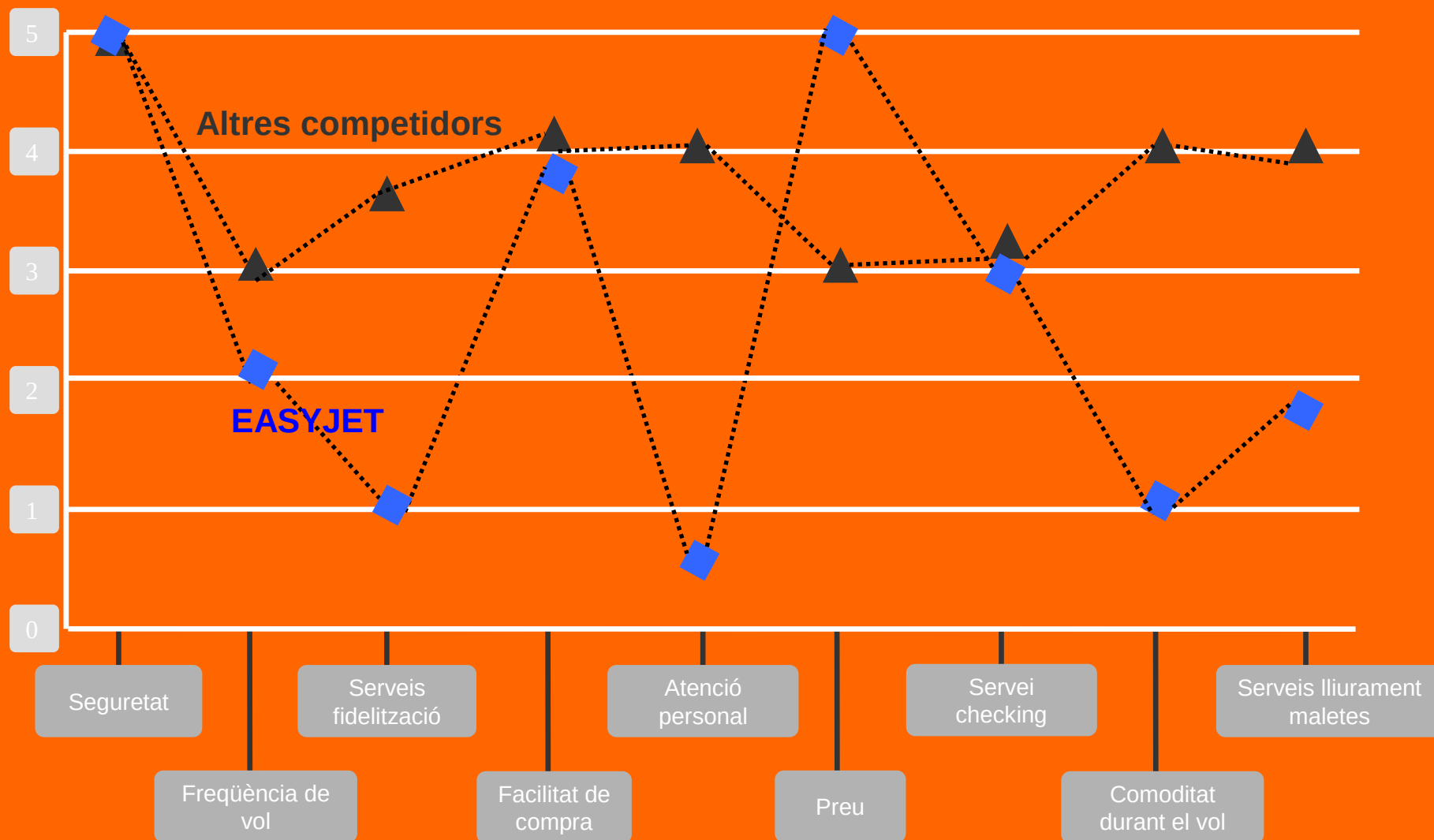
CAS:

easyJet

Esquema EASYJET



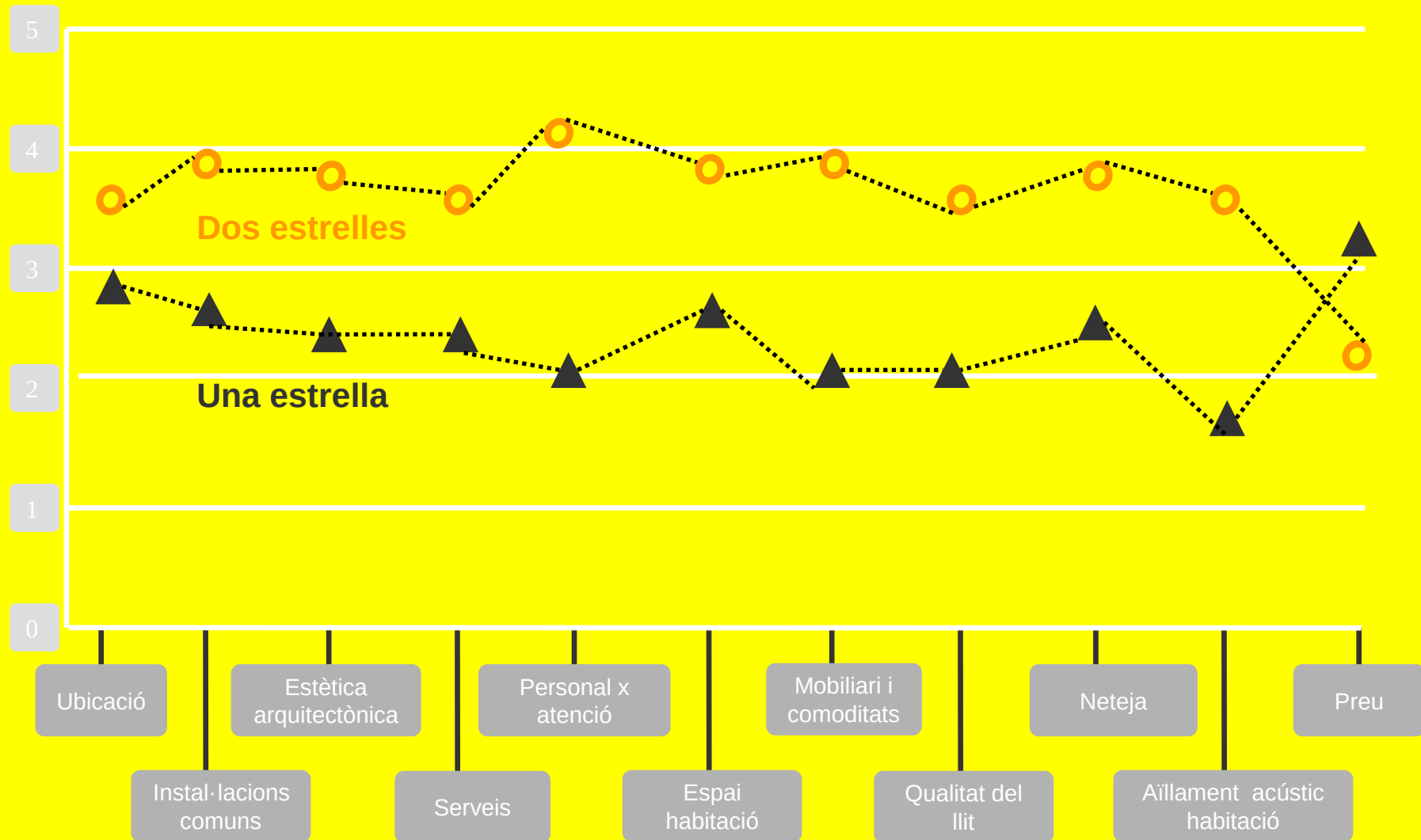
Quadre estratègic EASYJET



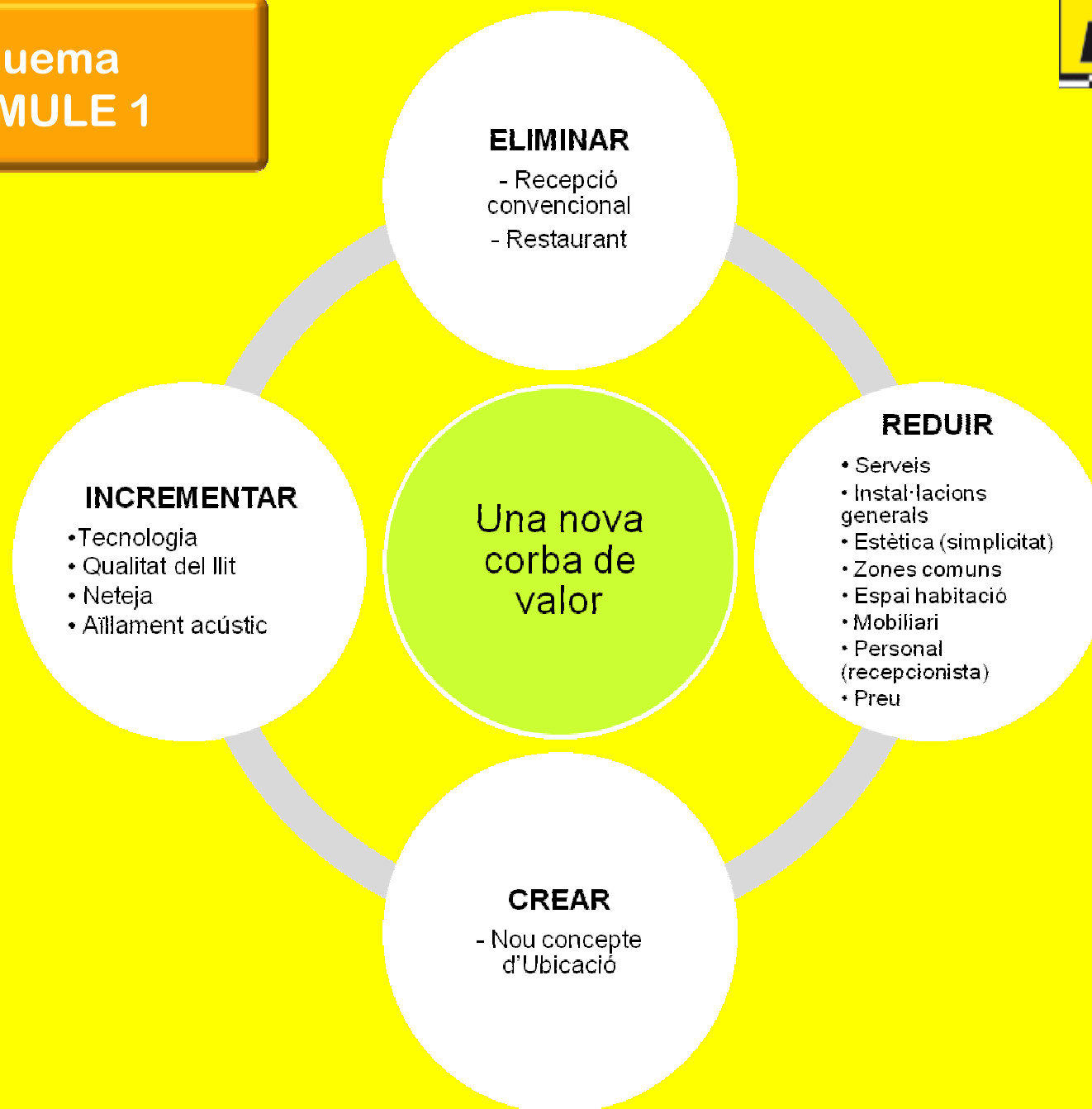
CAS: **"FORMULE1"**



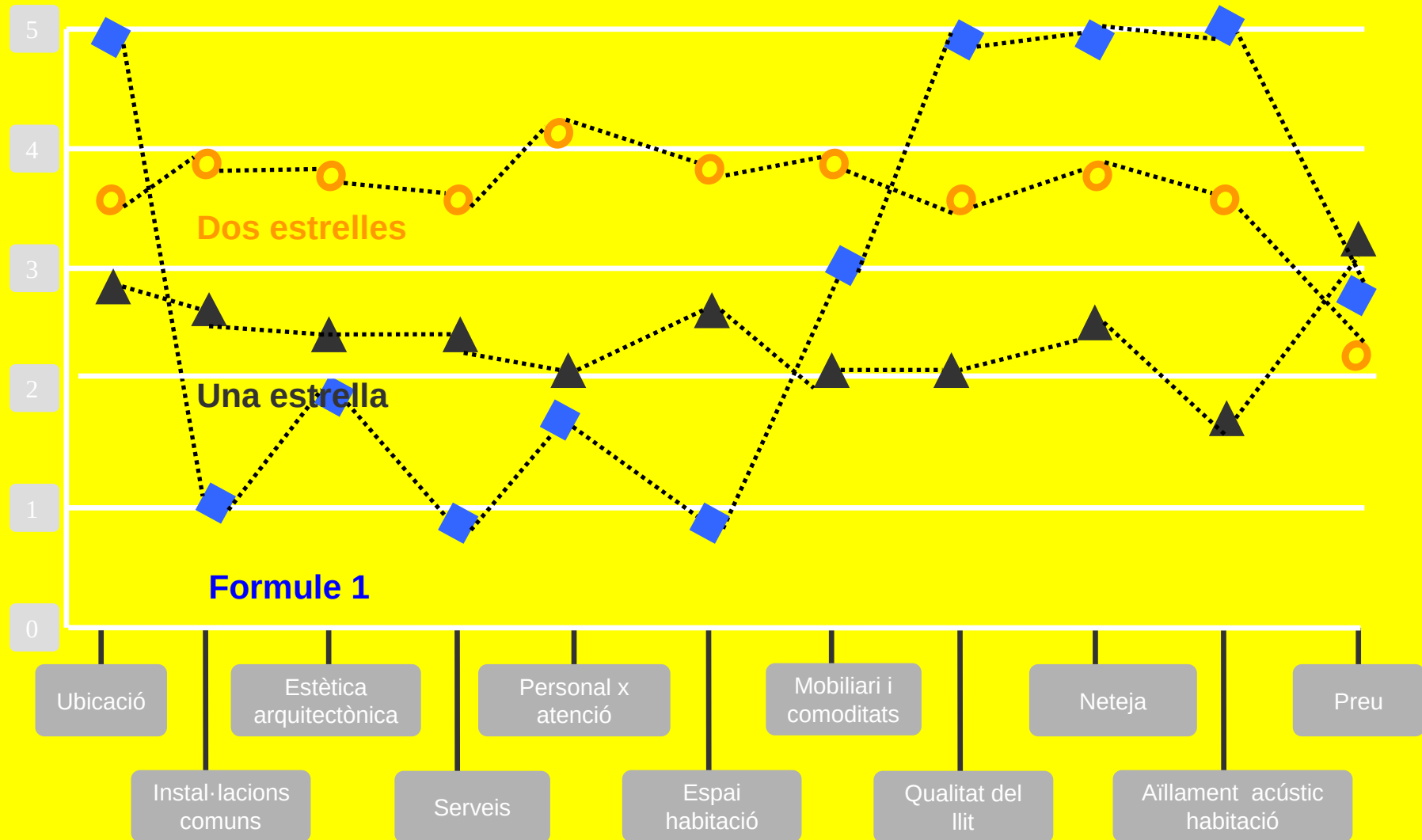
Estudi del sector “Hotels econòmics”



Esquema FORMULE 1



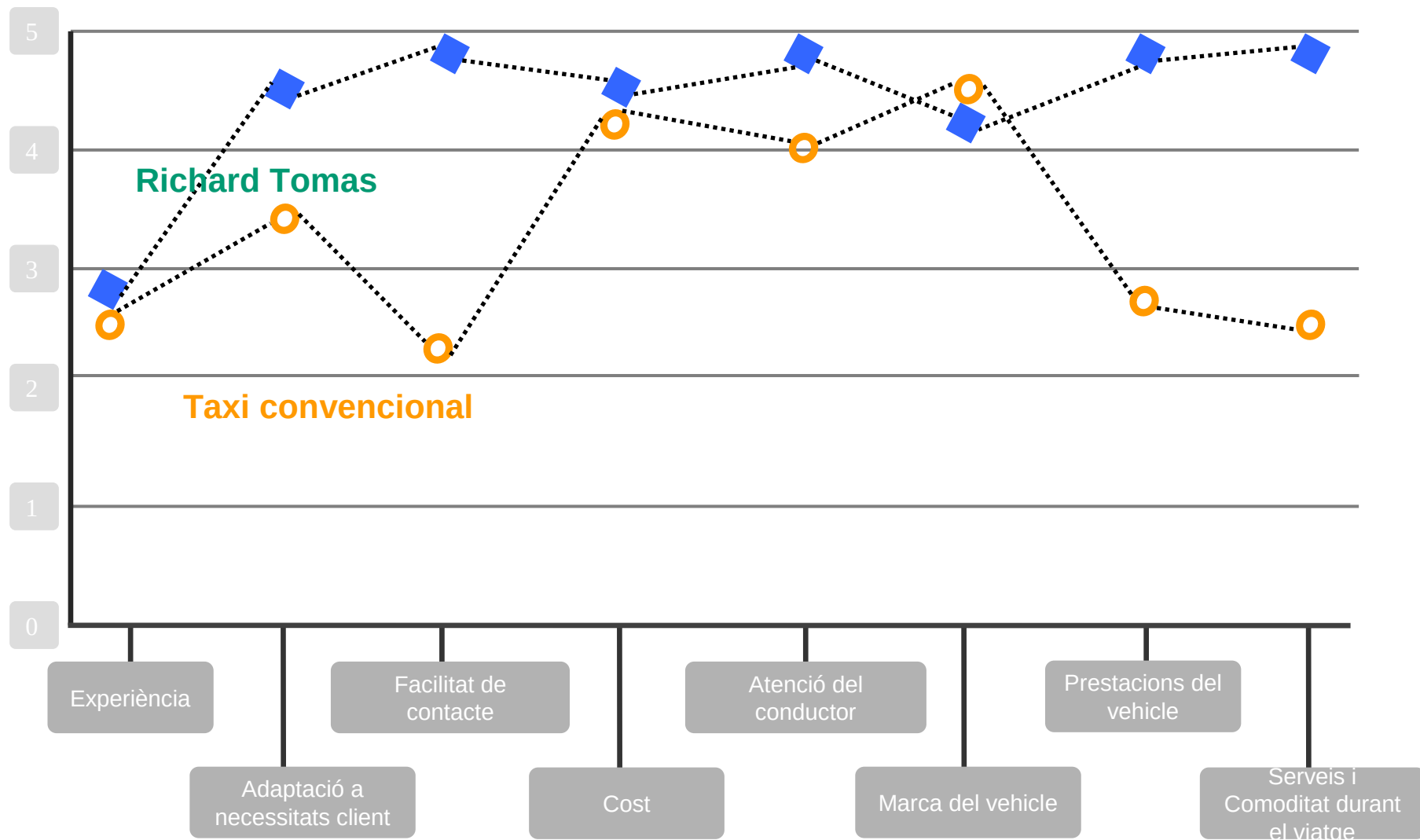
Quadre estratègic FORMULE 1



RICARD TOMAS
www.taxisigualada.c
om



Quadre estratègic RICARD TOMAS



CAS: "CIRQUE DU SOLEIL"



Vídeo Cirque du Soleil



- Alma de la idea: Guy Laliberté
- Els fundadors no provenen de famílies d'artistes
- Inici de les activitats : 1.984 (25 anys)
- Xifra de negoci actual: 800 milions USA Dòlars
- Creixement anual del 15%
- 9 milions de espectadors
- 19 shows (itinerants - permanents 4 a Les Vegas)
- 4.000 empleats de 25 països diferents (40 llengües)
- Creen 25.000 peces de vestuari a l' any

- Preu
- Estrelles
- Espectacles amb animals
- Diversió i Humor
- Suspens i perill
- Escenari únic
- Tema
- Ambient refinat
- Múltiples produccions
- Música i dansa artístiques

Esquema de les quatre accions de Cirque du Soleil



Eliminar

Les estrelles
Els números amb animals
Las concessions en els passadísos
Múltiples pistes

Incrementar

Un sol escenari
Refinament
Percepció d'art
Nivell d'excel·lència

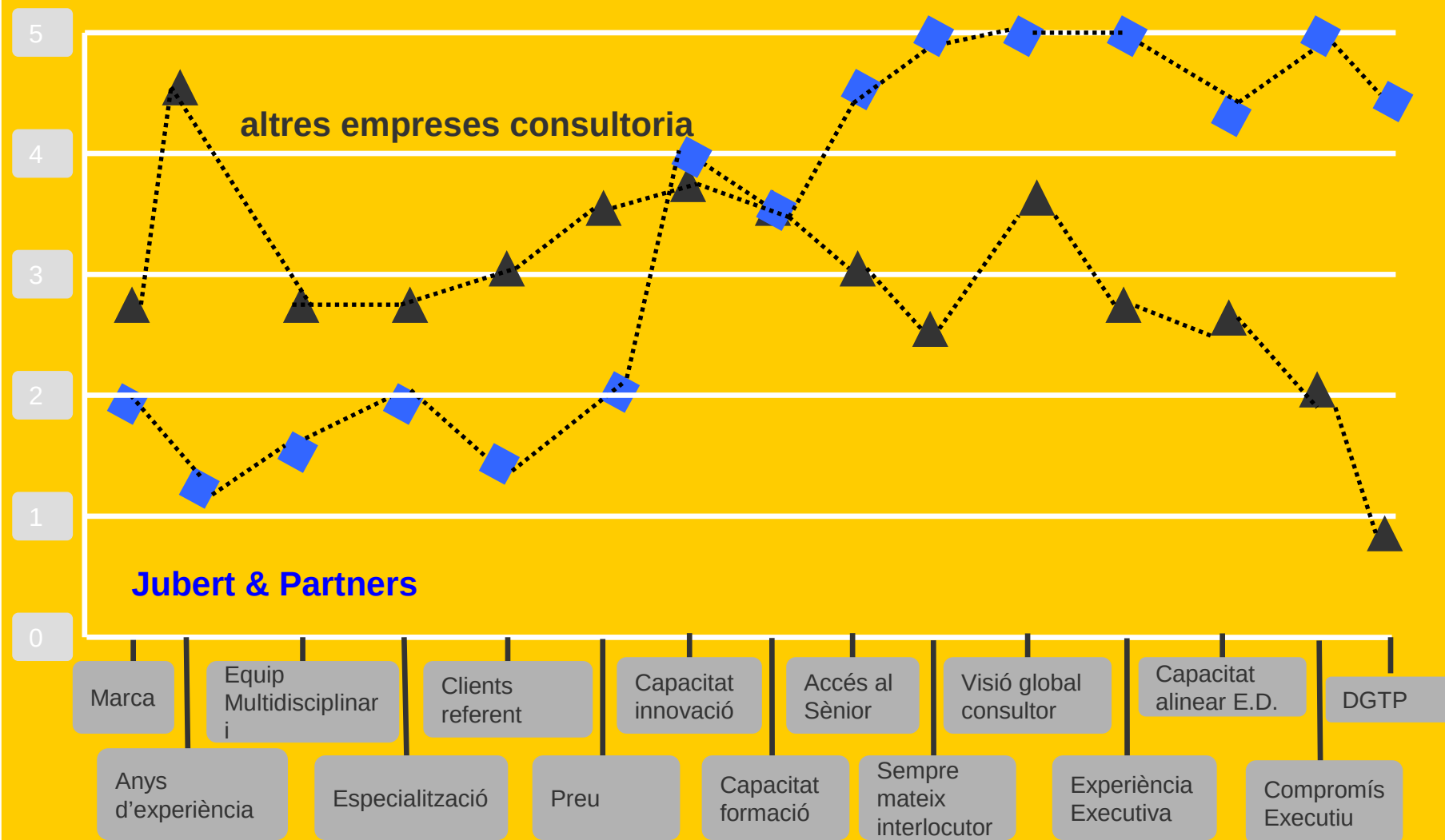
Reduir

La diversió i el humor
El suspens i el perill

Crear

Un tema
Ambient refinat
Múltiples produccions
Música i dansa artística

Posicionament de JUBERT & PARTNERS



Segmentació dels Grups de Consultoria:

Consultories amb visió Mundial - Consultories amb organització Nacional - Consultories molt especialitzades –
Consultories generalistes àmbit regional, incloent sector Professors d'Escoles de Negocis - Consultories / Gestories àmbit local

Executant l'estratègia d' innovació

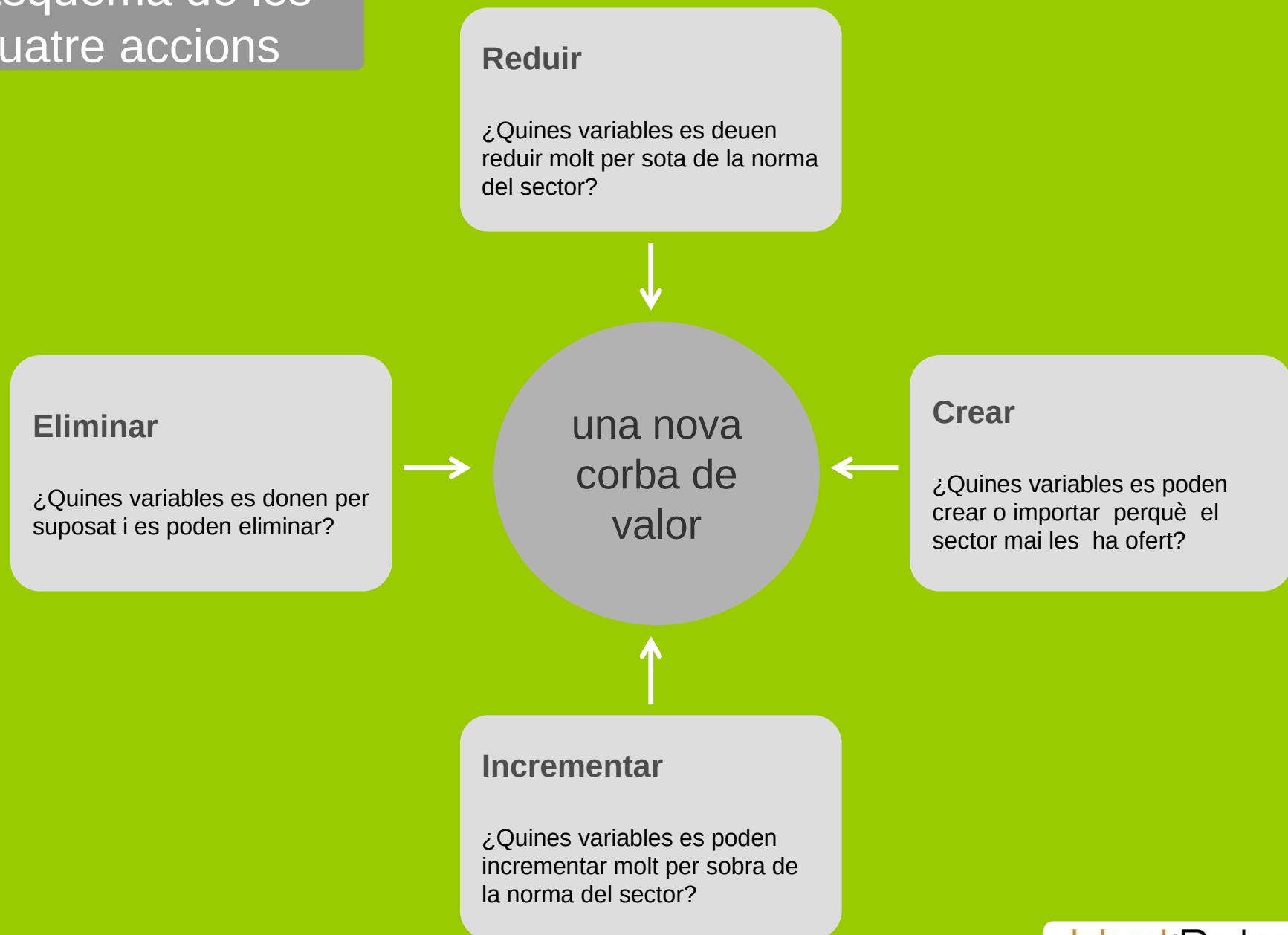
Passos del Quadre Estratègic

- Despertar visual
- Exploració visual
- Visualitzar com hauria de ser
- Comunicació visual

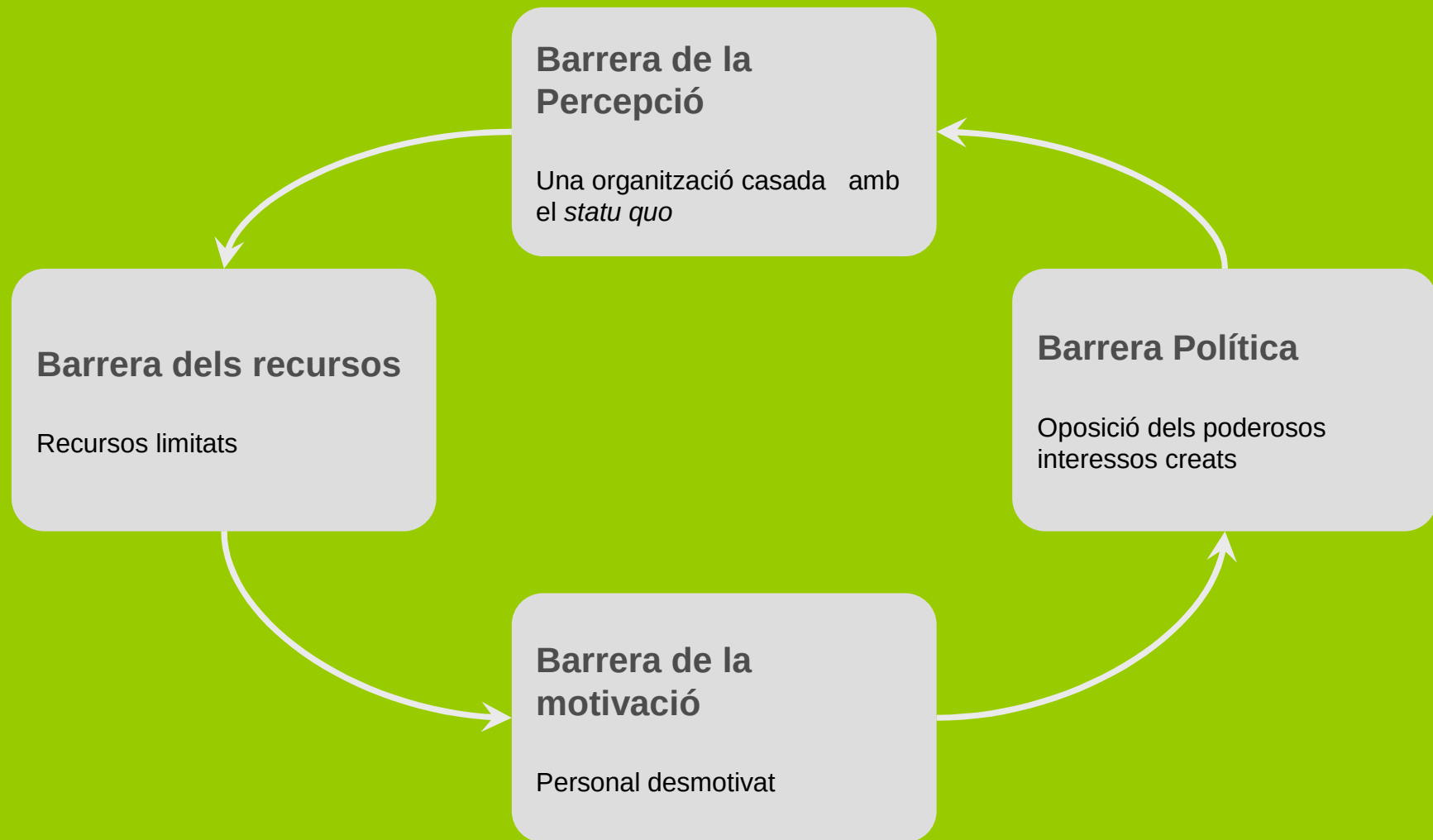
Esquema de les Sis Vies per buscar noves fronteres

- Explorar indústries / serveis alternatius
- Explorar els grups estratègics de cada sector
- Explorar la cadena de compradors
- Explorar productes i serveis complementaris
- Explorar l' atractiu funcional o emocional pels compradors
- Explorar la dimensió del temps

Esquema de les quatre accions



Les quatre barreres organitzatives



Organització per innovar

Organització per innovar

No són els diners el combustible que es necessita pel viatge al futur, sinó la energia emocional e intel·lectual de tots i cadascun dels empleats.

Hamel Prahalad (1995)

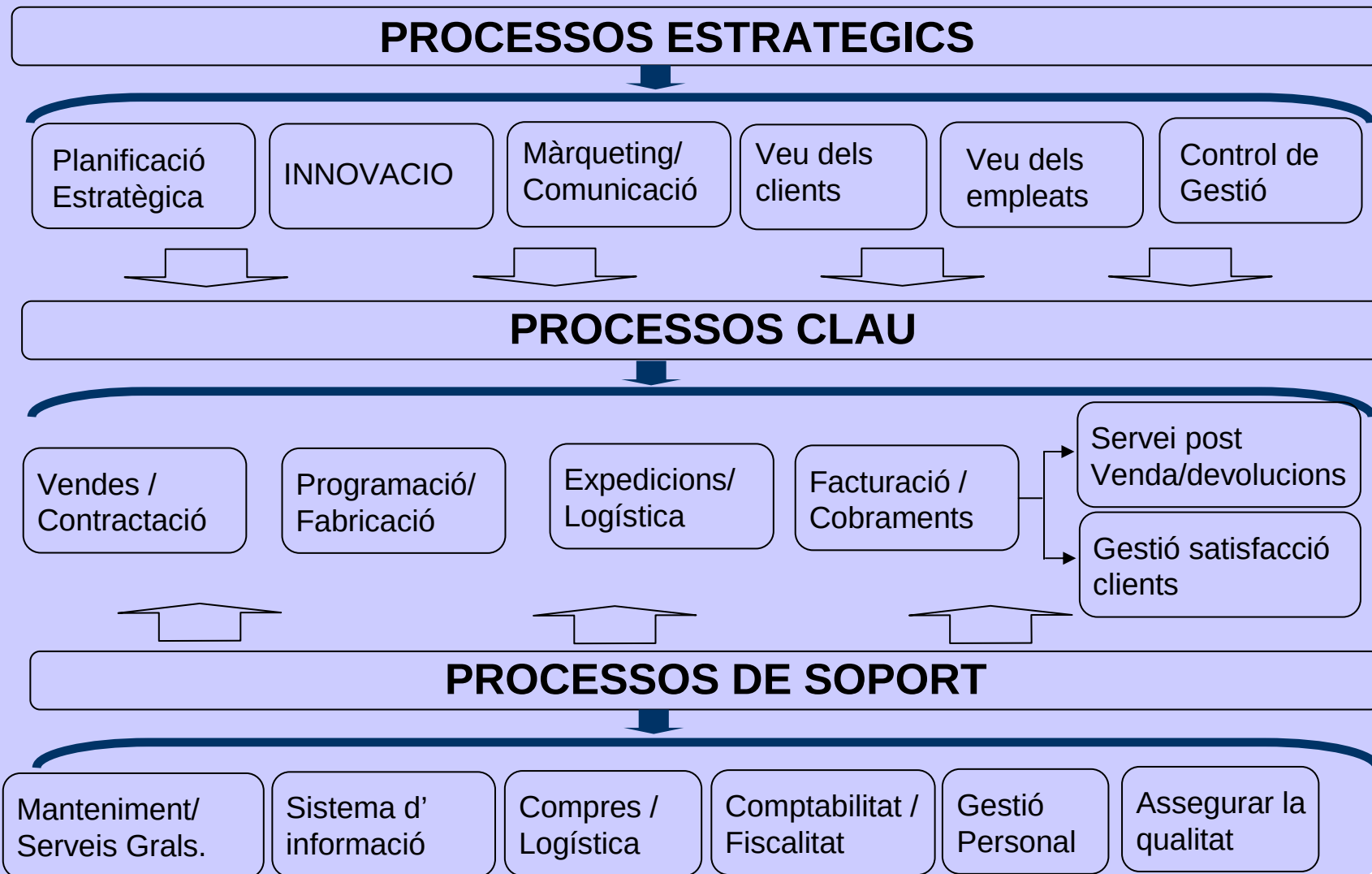
Característiques de l'organització funcional

- Simple.
- Fàcil comprensió dels rols.
- Jerarquia clara.
- Continuista.
- Eficient en entorns estables.

Limitacions de l'organització funcional

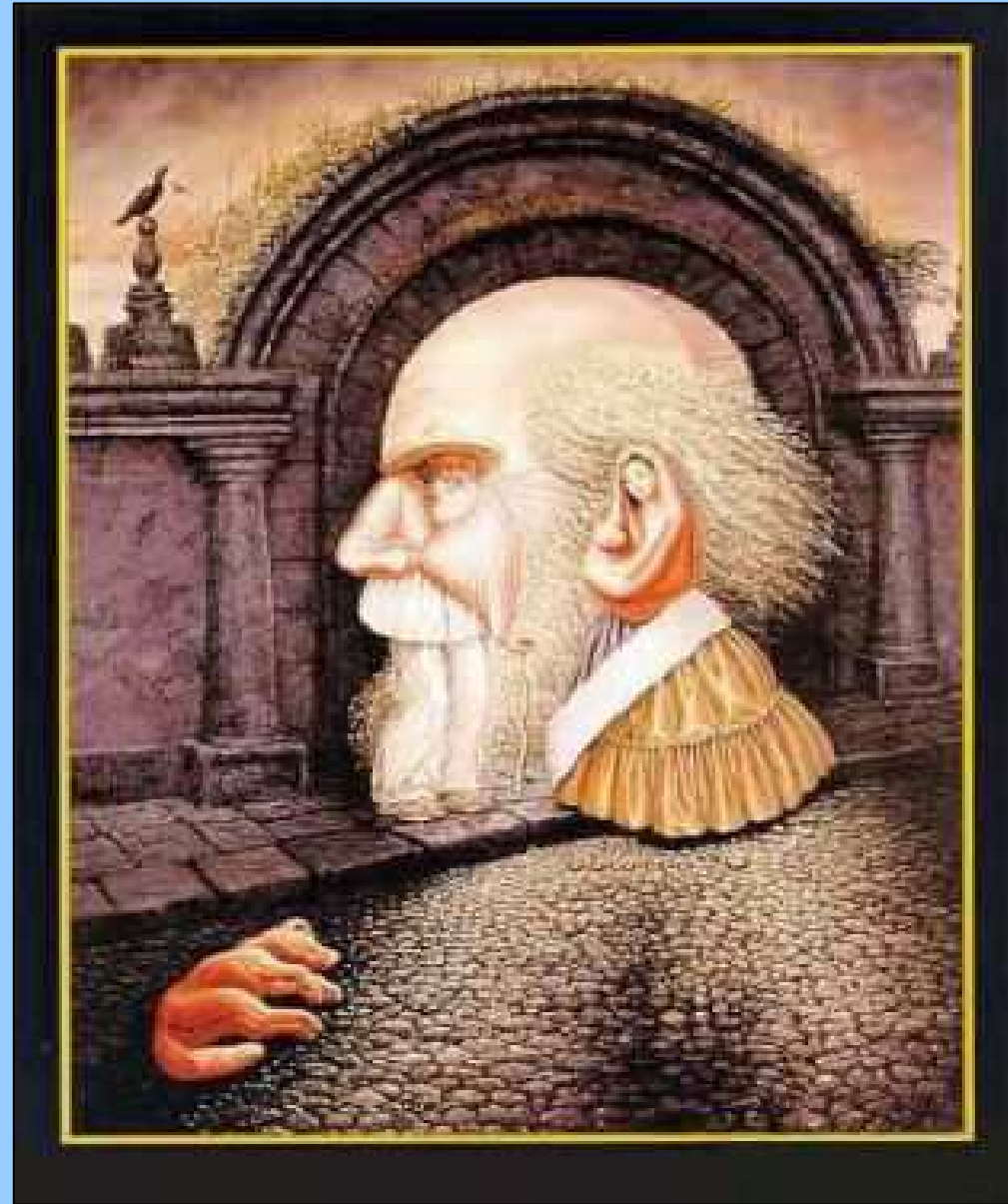
- Visió departamental.
- Fracciona els processos.
- Comunicació vertical.
- La direcció es la “visió global”.
- Lentitud.
- Cada funció arriba a desenvolupar la seva “pròpia cultura”.
- Sistema de direcció de control.
- No facilita l' iniciativa i compromís individual.

Model d'organització per processos



Percepcions









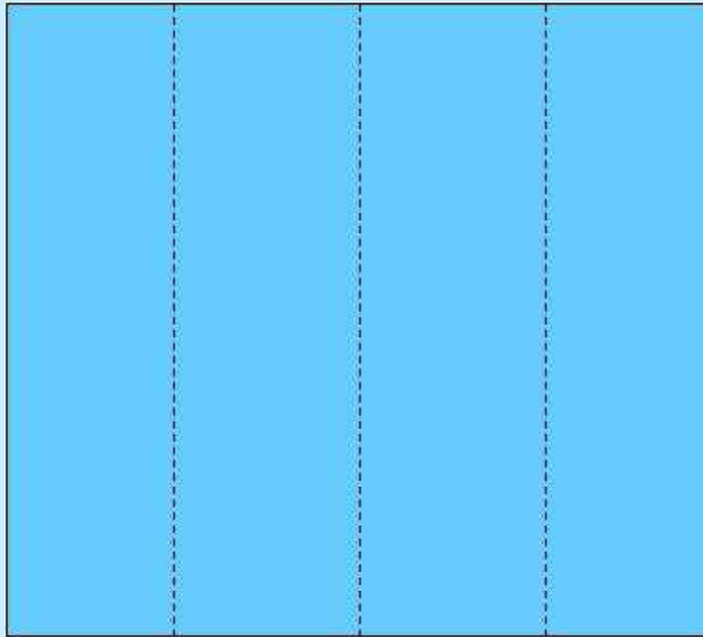
TÉCNiques DE CREATIVITAT

La creativitat es pot aprendre

CONCEPTES:

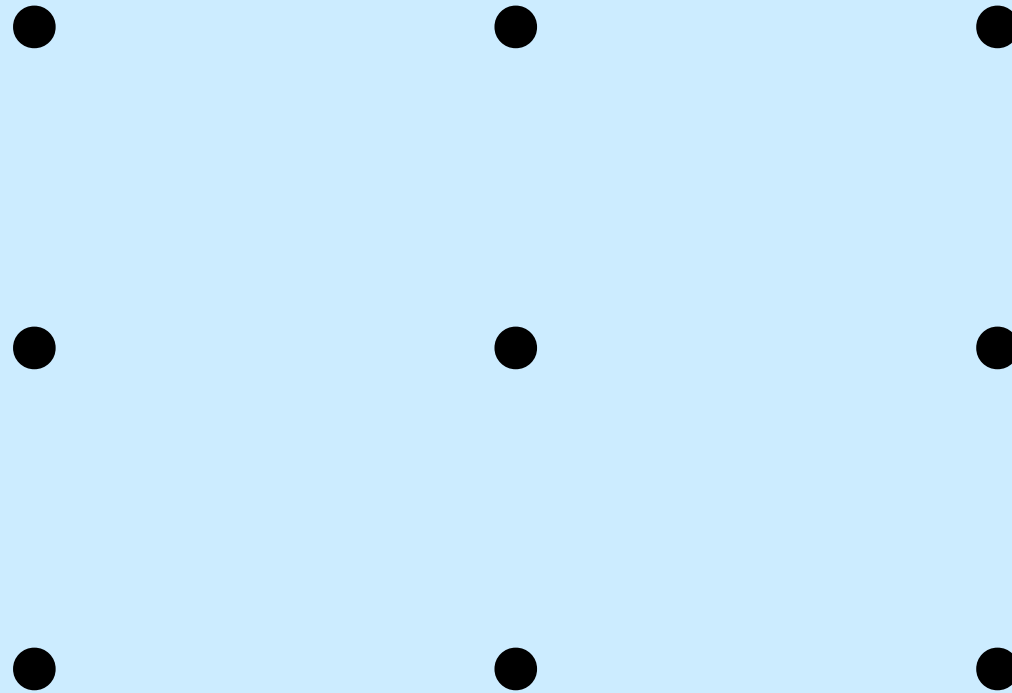
Dividir el quadrat en 4 parts d' igual forma i àrea.

(Proposar totes les alternatives possibles)



La creativitat es pot aprendre

Amb quatre línees rectes, toca tots els punts sense que passin pel mateix lloc.



Tècniques per generar idees

*Pluja d' idees
(Brainstorming
– Brainwriting)*

Art de
preguntar

Mapes
Mentals

Relacions
forçades

Scamper

Llistat d'
atributs

Analogies

Mètode de
Delphos

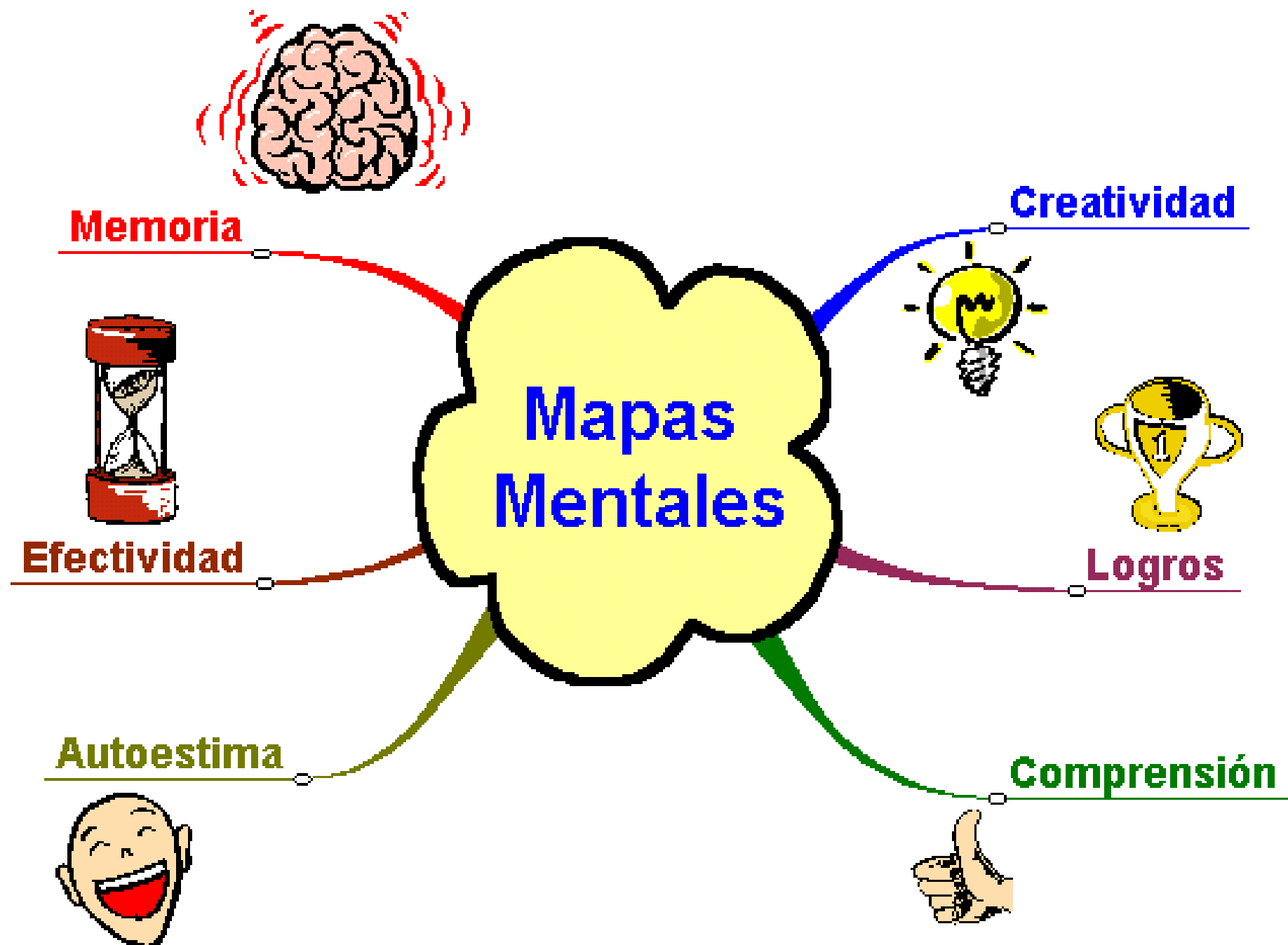
Ideart

4 x 4 x 4

Provocació

Mètode 635

Sis barrets per
pensar



Paraules a l'atzar

	sabó		carbó		àguila
	ratolí		camell		taxi
	núvol		diari		sopa
	pel		avocat		presó
05	gelat	25	cigarret	45	tauró
	coet		joguet		diamant
	impost		neu		pistola
	llit		paracaigudista		tren
	roda		porta		foto
10	granota	30	tub	50	cervesa
	finca		huracà		cuina
	computadora		rellotge		nas
	jazz		globus		elefant
	barret		festa		vi
15	targeta de Crèdit	35	sabata	55	rosa
	església		arrel		serra
	botiga		ganivet		hospital
	hamburguesa		fum		Cámara
	llibre		president		banano
20	balança	40	botó	60	cargol

SCAMPER

¿Què es? i ¿per què?

- Estimular la Generació d' Idees.
- Ideat pel Alex Osborn i finalitzat pel Bob Everle.
- Es pot utilitzar per “millorar” idees ja establertes en reunions tipus “Brainstorming” o “Six Thinking Hats”.

SCAMPER

Conceptes

- Llocs, idees, processos, persones, etc. ¿què passaria si...?

S – Substituir



- Materials, idees, conceptes, sentiments, experiències...

C – Combinar



- Conceptes, idees, solucions... de altres contextos, negocis, cultures, etc.

A – Adaptar



- Afegir, treure, transformar...

M – Modificar



- Utilitzar-ho per altres usos.

P – Possibilitats



- Sostreure parts, elements

E – Eliminar



- Invertir elements, processos, canviar-los de lloc...

R – Reordenar



6 BARRETS PER PENSAR





Perfil del Dr. Edward de Bono

- ✓ Es un Maltès que està considerat per molts com la màxima autoritat Internacional en pensament creatiu i en l'ensenyament d'habilitats del pensament.
- ✓ Llicenciat en Psicologia i Filosofia per la Universitat d' Òxford, ha escrit 67 llibres, traduïts a 37 idiomes i dissertat en 57 països.
- ✓ Ha col·laborat amb governs, institucions i organitzacions al voltant del món durant 30 anys, i ha treballat amb Empreses tals com British Airways, Boeing, Ernst & Young, Bosch, Microsoft, Ericsson, IBM, Du Pont, Shell, Siemens, Nokia, BT (British Telecom) entre altres.
- ✓ Ha desenvolupat la Técnica del DATT (Direct Attention Thinking Tools). Es creador del concepte del Pensament Lateral, idea que va revolucionar el món de la docència i el management fa 30 anys i avui segueix sent un manual de ensinistrament intel·lectual per professors i empresaris de tot el món.



Metodologia

- ➔ La metodologia dels 6 *Barrets per Pensar* separa el pensament en 6 blocs, que s'identifiquen com barrets en sentit figurat.
- ➔ Simplifica el pensament i permet veure un mateix tema des de diferents perspectives totalment oposades.
- ➔ Amb l'acte simbòlic de posar-nos un barret centrem el pensament enfocant amb precisió, evitant divagar per altres camins que no siguin apropiats en cada cas.

Es tracta de dirigir la atenció per conduir el nostre pensament com un director dirigeix la seva orquestra.

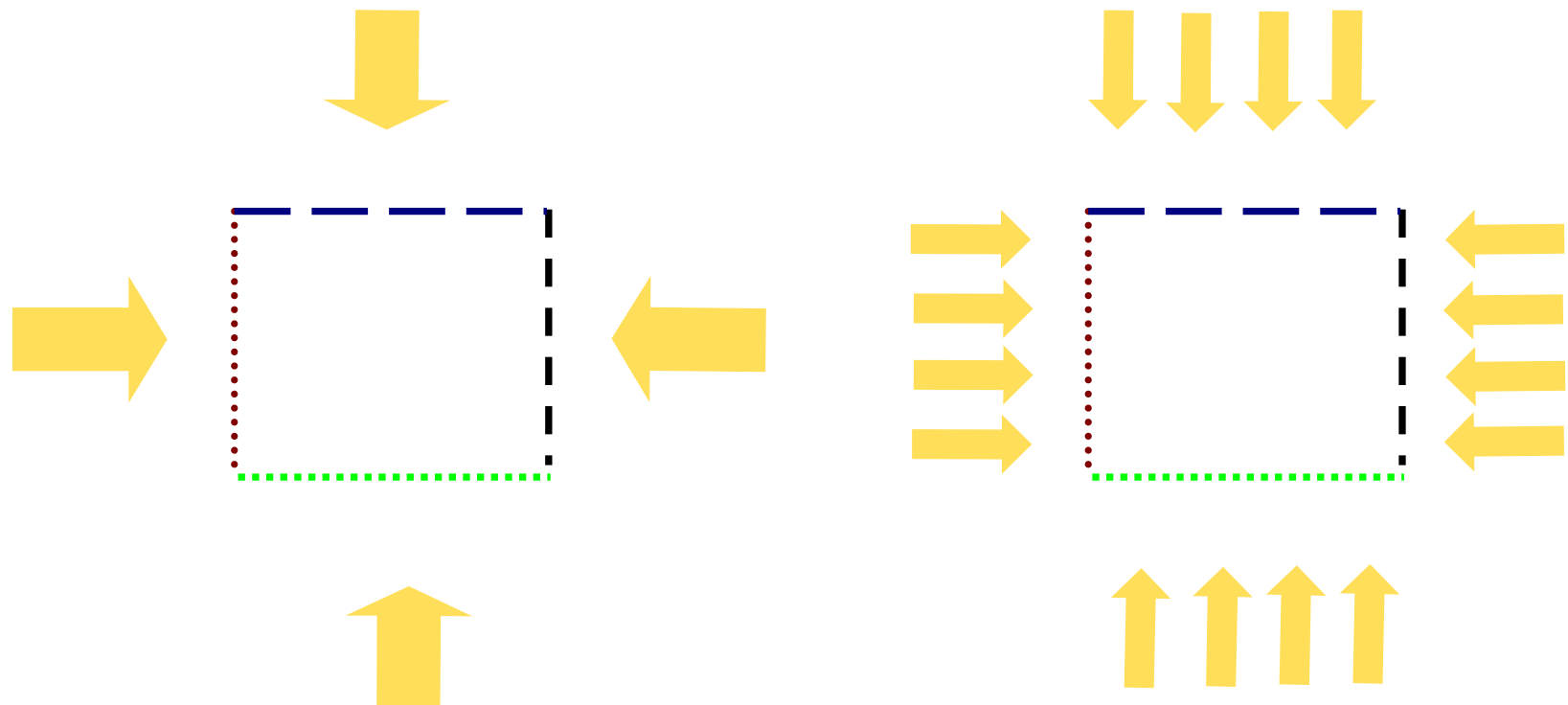


Característiques principals

- Técnica creada pel Edward de Bono (Llibre: “Six Thinking Hats”, Edit. Granica)
- Es un marc de comunicació que pot ser utilitzat en tota la organització
- Técnica molt pràctica per un “**micro canvi cultural**”
- **Simplicitat**
- No busca la “veritat” sinó una “**bona solució**”
- Fomenta el pensament **Paral·lel**
- Fomenta la **Participació** del grup
- Genera un pensament mes **creatiu**
- Millora la **comunicació** i la presa de decisions
- **Separa el “Ego” del “Rol”** on tots accepten el “rol”
- Optimització del **temps**



Pensament Paral·lel



6 Barrets per pensar



- ⇒ Fets i dades
- ⇒ Neutral i Objectiu
- ⇒ No hi ha interpretacions
ni opinions



6 Barrets per pensar

- ➔ Sentiments
- ➔ Emocions, Intuïció
- ➔ No cal justificació



6 Barrets per pensar



- ⇒ Pensament positiu
- ⇒ Cerca valor i benefici
- ⇒ Va des de lo lògic fins els somnis i esperances
- ⇒ Es buscador d' Oportunitats i beneficis
- ⇒ S'orienta a resultats



6 Barrets per pensar

- ➔ El pensament lògic
- ➔ Errors de pensament, de procés, de mètode
- ➔ Lo que no s'acomoda a l'experiència, coneixement, història, rutina
- ➔ Es un intent objectiu d'indicar els motius perquè un projecte o una idea tindran dificultats o no funcionaran
- ➔ Generalment es el rol mes fàcil ja que no comporta risc



6 Barrets per pensar



- ➔ Pensament creatiu
- ➔ Cerca alternatives
- ➔ Intenta anar mes enllà de lo conegut, obvi, satisfactori.
- ➔ Possibilitat d'utilitzar tècniques creatives: provocació, escape, reversió, paraules a l'atzar, mètode 365.....



6 Barrets per pensar

- ➔ Focalitza l'objectiu
- ➔ Condueix
- ➔ Fa complir les regles
- ➔ Promou la participació dels assistents
- ➔ Síntesis i Conclusions



BARRETS





Exercici

Identifica a quin barret correspon cada comentari:

- ★ “Nosaltres podríem pintar-lo, vernissar-lo o deixar-lo sense acabar”
- ★ La meva intuïció en diu que això no funcionarà”
- ★ “La major part del treball sobre aquest projecte ja s’ha realitzat”
- ★ “El cost del plàstic s’ha incrementat en un 15%”
- ★ “Ella parla francès molt be i això es útil”
- ★ “¿Estem llestos per prendre una decisió final?”
- ★ “Aquest comentari es de barret negre i està fora de lloc”



Com utilitzar els barrets



Defineix el problema i lidera la reunió



Informació i dades disponibles



Intuïció i sentiments



Avantatges i Beneficis



Valora els aspectes febles, història, coneixements...



Possibles Alternatives



Resum, síntesis, accions i passos següents



Plaça de l'ajuntament, 7; 4t - 08700 Igualada
jjubert@repensarlaempresa.com

repensarlaempresa

www.repensarlaempresa.com



Jubert+Partners