Strukturerad innovation skapar nya idéer

**Nya innovationer inom produktutvecklingen är en viktig faktor för framgång. På en global marknad med prispress och kräsna konsumenter kan innovationstakten bli en konkurrensfördel. Innovationer bygger på nya idéer, det som skiljer agnarna från vetet är att i innovationsprocessen kunna skapa idéerna.**

Idéskapandet är en av de mest svårhanterliga bitarna i innovationsprocessen. Gunnar Storfeldt, VD på S I T Scandinavia AB tycker att det är synd att vi säger ”få en idé” istället för ”skapa en idé”. Enligt honom är tyvärr den allmänna uppfattningen att de bästa idéerna inte skapas genom planerade aktiviteter utan är resultatet av oförutsägbara händelser. Man tror att idéerna ska komma som en ”blixt från klar himmel” eller på ”brainstorming möten” där man uppmanas att tänka fritt och out-side-the-box. Visst händer det, men vem vågar förlita sig på turen när det går att ta lyckan i egna händer?

Men går det att systematisera idéskapandet i innovationsprocessen? Kan systematik och kreativitet gå hand-i-hand och ge ökad sannolikhet för genombrott? Enligt Gunnar är svaret ett rungade: Ja!

* Innovation ska planeras, genomföras, följas upp och ledas med samma noggrannhet och målmedvetenhet som alla andra affärskritiska aktiviteter i verksamheten, säger Gunnar. Genom att jobba med sitt idéskapande på ett disciplinerat och strukturerat sätt och tillåta tänkande både ”outside and inside the box”, ger man sitt företag ett försprång i innovationsracet.

I produktutveckling tillämpas SIT( Systematic Inventive Thinking) genom att utgå från nuvarande produkter och deras egenskaper. Metoden utmanar dig till att tänka nytt utifrån befintliga förutsättningar. Det är ett utmanande arbetssätt som bryter ner våra förutfattade meningar, mentala fixeringar och skapar utrymme för helt nya tankar.

* Metoden ökar sannolikheten för att de idéer som skapas överraskar både dig, kunderna och konkurrenterna. Samtidigt resulterar det ofta i idéer som på ett smart sätt utnyttjar befintliga resurser och är enkla och snabba att realisera, säger Gunnar.

Grundstenarna i SITs arbetssätt är de så kallade fem innovationsmönstren: subtraktion, multiplikation, division, unifikation och relation. Steg ett är att göra listor över den befintliga produktens egenskaper, viktigaste komponenter, funktioner och produkter i den omgivande miljön. Sedan tillämpas något av de fem innovationsmönstren på den befintliga produkten och därmed skapas en ”ny” produkt. Nästa steg är att fokusera på vilka fördelar den nya produkten har. I den fortsatta processen leder sedan utvärderingen av din ”nya produkt” till nya idéer för din verkliga produkt.

Gunnar bjuder på lite exempel:

* Vi utgår från att den befintliga produkten är en TV och tillämpar de olika innovationsmönstren på denna.

Subtraktion innebär att man tar bort något från den befintliga produkten. Det kan vara en egenskap, funktion, komponent eller en faktor i dess omgivning. En viktig komponent för TVn är bildskärmen, vad händer om vi tar bort den? Vad blir det för produkt? Fördelarna kan vara t.ex. mindre, lättare, billigare mm.

Multiplikation innebär att vi tar en befintlig egenskap, funktion, komponent eller en faktor i dess omgivning och multiplicerar den. Vi tar bildskärmen igen. Vad händer om vi har 2 bildskärmar? Eller om vi har 1000st? Vilka fördelar ger det? Vem kan tänkas vilja ha det?

Division innebär att vi delar upp produktens funktioner i beståndsdelar. I TV exemplet kan det bli bild, ljud och mottagare mm. Kan vi konfigurera om och lösa upp bidningarna mellan dessa? Kan vi sälja dem som separata delar i butiken så att konsumenten själv får plocka ihop sin TV? Kanske kan kunden välja en billigare produkt för bildvisning men en dyrare för ljud om ljud är viktigare?

Unifikation innebär att man listar omgivande produkters funktioner och byter med funktioner från den befintliga produktens lista. TVn står i ett vardagsrum, där finns även DVDspelare, vad händer om vi lånar funktioner från DVDn och har i TVn eller tvärt om? Unifikation leder ofta till nya tankar om hur den befintliga produkten interagerar med sin omgivning.

Relation innebär att vi tittar på produktens egenskaper. Egenskaperna listas i en matris, med egenskaperna på båda axlarna. Egenskaperna kan i TV exemplet vara storlek, färg, material, vikt mm. Sedan funderar vi över om det i skärningspunkten mellan egenskaperna finns en relation. Exempelvis om det finns relation mellan färg och storlek. Svaret kanske blir nej, alla våra TV-apparater oavsett storlek är svarta. Utmaningen blir då att skapa en koppling mellan egenskaperna. Vad händer då? Vilka fördelar ger det?

Gunnar avslutar med att referera Peter F. Drucker som är fadern till vårt moderna sätt att leda företag*.” What all the successful entrepreneurs I have met have in common is not a certain kind of personality but a commitment to systematic practice of innovation.”*

Let us be innovative! Säger vi på Oxyma Innovation.

För mer info och kontakt: www.sit-scandinavia.com

**SIT i 5 enkla steg:**

1. Lista elementen i din produkt (komponenter, egenskaper mm)
2. Lista elementen i produktens omgivning
3. Tillämpa de 5 innovationsmönstren och få därigenom fram ”nya produkter”.
4. Fokusera fördelarna med dessa ”nya produkter”.
5. Utvärdera de ”nya produkterna” och utifrån det skapa idéer för din verkliga produkt och dess omgivning.