



TO EKSEMPLER PÅ BRUGERDREVEN INNOVATION

Mountainbiken blev opfundet af nogle unge, der ville køre off road på cykel i skove og bjerge. De lavede prototypen med brede dæk og affjedring selv. Herefter tog cykelproducenterne over.

Rettelakken til skrivemaskinen blev opfundet af en sekretær, der var træt af at skrive et helt dokument om, når hun skrev forkert. Hun blev millionær.

"DE LEDENDE BRUGERE HAR NOGLE IDÉER OG NOGLE BEHOV, SOM RESTEN AF MARKEDET IKKE HAR - ENDNU." *Helle Alsted Søndergaard, lektor*

SULTNE KUNDER

er de bedste innovatører

Hvis en virksomhed vil leve længe, skal den være dus med sine ledende brugere. De bedste idéer og den mest banebrydende innovation kommer nemlig fra gruppen af visionære kunder, der er sultne efter løsninger.

Af Signe Eriksen Tonsberg

Kunder og brugere kan være nøglen til de rigtig gode idéer og dermed fremtidens marked for små og mellemstore virksomheder. Det mener Helle Alsted Søndergaard, der er lektor i innovation management ved Handelshøjskolen, Aarhus Universitet og står bag flere forskningsprojekter om åben innovation.

- De ledende brugere har nogle idéer og nogle behov, som resten af markedet ikke har - endnu. Netop derfor er de guld værd at lytte til, hvis man som virksomhed gerne vil vide hvilke trends, der kommer nogle år frem på ens marked, forklarer Helle Alsted Søndergaard.

Erfaringen taler sit tydelige sprog: Virksomheder, der beskæftiger sig seriøst med innovation, får 90 procent af de gode idéer udefra. Derfor er der god grund til at kigge ud på den anden side af receptionen, når forretningen og produkterne skal fornyes og udvikles.

KUNDER LEVERER IDÉER

Ifølge Helle Alsted Søndergaard kræver det kun to simple spørgsmål for en virksomhed at identificere sine ledende brugere, der altså kan sidde med nøglen til fremtidens forretning.

- For det første skal man spørge, om de er på forkant med trends i markedet. Det vil sige, om de er foran resten af virksomhedens brugere. For det andet skal man spørge, om de vil have klare fordele af at få en bedre løsning end den, virksomheden tilbyder i dag. Studier har vist, at de kunder, der svarer meget klart ja til de to spørgsmål, også er dem, der leverer de bedste idéer til virksomheden, forklarer hun.

JAGTEN PÅ DET PERFEKTE COMMUNITY

I øjeblikket er Helle Alsted Søndergaard i gang med et forskningsprojekt i samarbejde med kolleger på Handelshøjskolen og DTU. Projektet kan måske pege på, hvordan man etablerer den perfekte kontakt til sine ledende brugere.

I det konkrete projekt skal forskerne kortlægge et fagfællesskab - et såkaldt community - for sygeplejersker og eventuelt patienter. Ambitionen er at finde ud af, hvordan man designer det perfekte fagfællesskab.

- Vi skal systematisk kortlægge, hvordan man bedst designer og leder et community - både hvad angår størrelse og organisering. Skal det for eksempel være udelukkende virtuelt, eller bør man mødes, forklarer hun. ☺

SYV TRIN TIL ÅBEN INNOVATION

At bedrive åben innovation behøver ikke betyde udgifter i millionklassen til strategikonsulenter, fokusgrupper og workshops. Mange små og mellemstore virksomheder kan bare gå igang:

- 1 Udvid netværket, og inviter nye aktører ind i innovationsprocessen. Det kan være kunder, leverandører, konkurrenter, medarbejdere eller forskere.
- 2 Brug den eksisterende kontakt til kunderne: Mange virksomheder har allerede adgang til sine brugere fx via communities på nettet.
- 3 Udnyt medarbejdernes kundekontakt. Sæt for eksempel alle sælgere til at lytte til kundernes behov og feedback - fx de sidste fem minutter af ethvert kundemøde.
- 4 Kig grundigt på klager og ønsker fra kunder. Nøglen til fremtidens produkt kan ligge her.
- 5 De ledende brugere har de bedste idéer. Find jeres ledende brugere ved at stille dem to spørgsmål: 1. Er du foran markedet og foran trends inden for X ydelse? 2. Vil du have stor fordel af en bedre løsning på Y udfordring?
- 6 Research og gå i dialog med universiteter eller forskningsinstitutioner om udviklingen på dit marked og ønsker fra kunderne.
- 7 Husk, at der er to sider af åben innovation for en virksomhed: 1. Inddrag eksterne aktører i jeres egne innovationsprocesser. 2. Del jeres egen viden med andre. Hvis virksomheden fx har et patent, den ikke udnytter, så sælg licenser til det, og giv andre muligheden.

Kilde: Helle Alsted Søndergaard