

Innovation er at føre de gode ideer ud i livet, så de skaber vækst og værdi. Aller Media har 6 gode råd til, hvordan virksomheder bliver mere innovative.

1. FORANKRING OG SELEKTION

Når der skal innoveres er det vigtigt, at der sidder mindst én i direktionen eller topledelsen som arbejder på at forankre innovationstankegangen hver gang, noget skal diskuteres.

Aller tager imod et væls idéer indefra og udefra. Selektionsprocessen indsnævrer feltet til ca. 30 ideer. Herfra arbejdes de henover 2-3 måneder ned til 7 fulde businesscases, som bringes op til investorerne (direktionen). Af disse 7 ideer godkendes 3, som bliver til levedygtige, globale forretninger.

2. DIVERSITET OG FLEKSIBILITET

Innovation blomstrer ved stor diversitet. I Aller Media har man bl.a. unge teenagere med på holdet. Det er ikke de etablerede medarbejdere, der sidder i 'ideudviklingen', for jo længere man har været en del af organisationen, jo mindre innovativ bliver man.

Innovationen boostes også, når man giver innovationsenheden frihed. Man kan fx lave "flexible working hours" og "free office spaces", så folk kan komme og gå som de vil.

3. RAMMER OG RETNING

I Aller Media har man budgetter på koncepter og produkter og et krav om, at de skal skabe værdi indenfor tre år – ellers går man ikke videre med dem.

"Invent like a start-up. Invest like a grown-up."

Desuden innoverer man med koncernstrategien som overordnet retning. Men innovationsenheden har også en opgave i at udfordre koncernstrategien, så der bliver plads til innovationen.

4. PRETO-TYPING

PROTO-typing handler om, hvorvidt et produkt kan bygges. Med PRETO-typing undersøger man, om markedet overhovedet vil have produktet. Det bliver altså ikke kun et spørgsmål om, hvorvidt noget kan bygges og produceres, men også om det vil blive et værdiskabende produkt.

5. DREAM-TEAM OG NINJA-TEAM

Dream-teamet er den faste stab, som leder innovationsprocesserne. Ninja-teams er små produktteams, som kan bestå af specialister fra hele verden, der arbejder dedikeret med innovation.

Når businesscasene er på plads, isoleres ninja-teamet i et frugtbart rum, hvor de får lov at bestemme med kunden og produktet i centrum.

6. HVORNÅR ER PRODUKTET KLART?

Produktet er først klart til at blive lukket ud i den virkelige verden, når det opfylder kundens kriterier – lægges det ud for tidligt, dør det!

Hvordan kan I skabe større diversitet i jeres innovationsprocesser?

Hvordan sikrer I, at markedet vil have jeres produkt, før I bruger mange penge på det? (Preto-typing)

Hvordan får I forankret innovationstankegangen i topledelsen?

Artikler:

“10 forudsætninger for kreativitet og innovation” – <http://www.lederweb.dk/strategi/innovation/artikel/79860/ledelse-af-kreativitet-og-innovation>

“Fremtidens ledere skal tænke i design” – <http://www.djoef-bladet.dk/blad/2016/10/fremtidens-leder-skal-t-a-e-nke-i-design.aspx>

OPLÆGSHOLDER

Pernille Aalund og Jan Krog Henningsen

Aller