



مرکز توسعه فناوری و نوآوریهای صنعتی شریف



جشنواره نوآوری برتر ایرانی

معرفی جشنواره نوآوری برتر ایرانی

«جشنواره نوآوری برتر ایرانی» قصد دارد تا در هشتمین دوره برگزاری خود با شناسایی، انتخاب، ممیزی و احراز برترین نوآوری های شرکت های ایرانی در چهار بخش نوآوری در محصول، نوآوری در خدمت، نوآوری در فرآیند و نوآوری در کسب و کار، زمینه معرفی و تقدیر از تلاشگران حوزه صنعت و کسب و کار را فراهم آورده و از طریق شناخت نقاط قوت و قابل بهبد، به نهادینه کردن و بلوغ فرآیندهای نوآوری در شرکت های ایرانی کمک کند. هدف اساسی جشنواره نوآوری برتر ایرانی اشاعه جاری سازی نظام مدیریت نوآوری (Innovation Management System) در شرکت های ایرانی است.



هشتمین جشنواره نوآوری برتر ایرانی

یکی از مهم ترین مراحل پیاده سازی IMS، انجام کلینیک ممیزی فرآیندهای نوآوری می باشد. این کلینیک قصد دارد تا ضمن بررسی این فرآیندها، آسیب شناسی و عارضه یابی کلی از آن ها انجام دهد و نقشه راه سازمان را در حرکت از وضعیت موجود به سمت وضعیت مطلوب، ترسیم نماید. خروجی اصلی این کلینیک مجموعه اقدامات پیشنهادی (Course of Actions) جهت بهبد مستمر فرآیندهای نوآوری است.

ما این اقدامات را در قالب ماتریس اهمیت-فوریت آیزنهاور (Eisenhower) جایابی و اولویت پیاده سازی آن ها را برای سازمان تعیین می نماییم. بیشک توسعه و اشاعه فرهنگ تقدیر از نوآوران برتر می تواند ضمن توسعه اقدامات ارزشمند در این حوزه، زمینه ارائه محصولات و خدمات بهتر به هموطنان عزیزان را فراهم آورده و در مرحله بعد، موجب توسعه اقتصاد دانش بنیان، تقویت زیست بوم نوآوری کشور و راهگشای توسعه صادرات و کسب درآمدهای ارزی از بازارهای نیز بین المللی باشد.

جایگاه و اثرگذاری ویژه نوآوری های منتخب، تمرکز بر نوآوری های مشتری محور و تمرکز بر محتواي بومی نوآوری ها جزو رویکردهای اساسی جشنواره می باشد.

بخش های جشنواره



نوآوری

Innovation

نظام ایده‌پردازی



نظام پایش موفقیت طرح نوآورانه



نظام پیش‌ارزیابی ایده‌ها



کلینیک نوآوری

محصول/خدمت/فرآیند



نظام لانچ (معرفی)
طرح نوآورانه به بازار



نظام تدوین و ارزیابی
طرح کسب‌وکار



نظام تست و اعتبارسنجی طرح نوآورانه

نظام توسعه و پیاده‌سازی طرح نوآورانه

معرفی چارچوب کلینیک نوآوری محصول/خدمت/فرآیند

ممیزی فرآیندهای نوآوری در این بخش از جشنواره بر اساس مدل مرجع نوآوری محصول (PIRM) صورت می‌گیرد که برگرفته از Stage Gate Model™ به عنوان یک مدل پذیرفته شده در سطح جهان می‌باشد. این مدل از دهه ۱۹۹۰ تا به امروز به عنوان یکی از مدل‌های رفرنس در حوزه نوآوری محصول در سطح بنگاه مطرح بوده است که توسط دو مرجع جهانی یعنی انجمن مدیریت و نوآوری محصول PDMA و همچنین مرکز بهره‌وری و کیفیت آمریکا APQC به رسمیت شناخته شده است.

مهمترین ویژگی این مدل انطباق با شرایط و اقتضایات بازار ایران و به روزرسانی آن بر مبنای کسب تجربیات جدید حاصل از ارزیابی شرکت‌های ایرانی، به صورت سالیانه است.

در ادامه مروری اجمالی بر فازهای کلیدی مورد استناد توسط کلینیک نوآوری محصول در قالب مراحل هفت گانه آن ارائه خواهد شد:

نظام ایده‌پردازی



از چه سیستم، فرآیندها و روش‌هایی برای ایده‌پردازی استفاده می‌کنید؟ منابع درونی و بیرونی اکتساب ایده‌ها چیست؟ مکانیسم دریافت و ثبت ایده‌های جدید به چه صورت می‌باشد؟

نظام پیش ارزیابی ایده‌ها



در خصوص مولفه‌های پذیرش، طبقه‌بندی و اولویت‌بندی ایده‌ها توضیح دهید. از چه فرآیندها، روش‌ها و منابعی برای ارزیابی اولیه بازار، ارزیابی فنی و ارزیابی مالی ایده‌های دارای پتانسیل استفاده می‌کنید؟ نحوه و منابع جمع آوری اطلاعات برای این ارزیابی‌ها کدامند؟

نظام تدوین و ارزیابی طرح کسب و کار



آیا چارچوب و دستورالعمل مشخصی در سازمان برای نگارش طرح کسب و کار وجود دارد؟ آیا نظام بنچمارک رقبا در حوزه محصولات و فرآیندهای جدید استقرار یافته است؟ چه تحلیل‌هایی در حوزه‌های بازار، فنی و مالی در قالب طرح کسب و کار بر روی ایده‌های منتخب صورت می‌پذیرد؟

معرفی چارچوب کلینیک نوآوری محصول/خدمت/فرآیند

نظام توسعه و پیاده‌سازی طرح نوآورانه



فرآیندهای طراحی، نمونه‌سازی و تست آلفا چگونه در درون شرکت صورت می‌پذیرد؟ آیا چارچوب خاصی برای مدیریت پروژه‌های توسعه محصول جدید تعریف شده است؟

نظام تست و اعتبارسنجی طرح نوآورانه



در فرآیند تست بتا، چگونه بازخورهای مربوطه را از مشتریان دریافت می‌کنید و در طراحی محصول اعمال می‌نمایید؟ چه تمهیدات بازاریابی قبل از ورود به بازار معرفی محصول صورت می‌پذیرد؟

نظام لانچ (معرفی) طرح نوآورانه به بازار



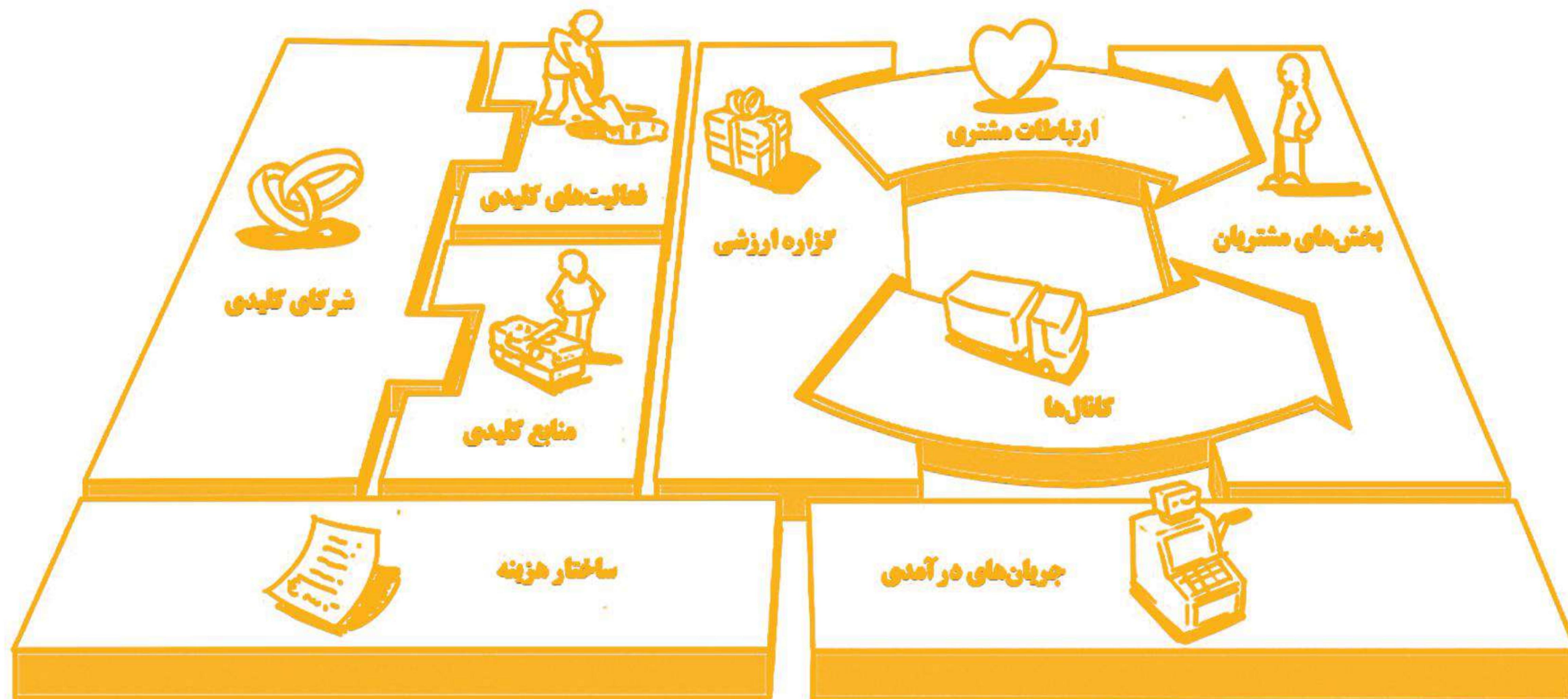
قبل از لانچ به بازار، چه آمادگی‌هایی باید در شرکت ایجاد شود؟ مثل آموزش شبکه فروش، کاتالوگ و آیا برای هر نوآوری، برنامه بازاریابی و فروش مستقل تهیه می‌شود؟ جهت‌گیری‌های استراتژیک شرکت در حوزه بازاریابی و همچنین اجزای آمیخته بازاریابی چگونه تعیین می‌شوند؟ کانال‌های اطلاع‌رسانی نوآوری به مخاطبین چگونه تعیین می‌گردد؟ نحوه پیشبرد برنامه ارتباطات بازاریابی (تبليغات) طرح نوآورانه چگونه است؟

نظام پایش موفقیت طرح نوآورانه



آیا پس از عرضه نوآوری به بازار، موفقیت آن در بازار مورد پایش قرار می‌گیرد؟ چه آمار یا مستنداتی در رابطه با موفقیت نوآوری در بازار می‌توانید ارائه دهید؟ در حوزه فرآیند تست گاما چگونه عمل می‌کنید؟ در واقع، چگونه پس از معرفی نوآوری به بازار از مشتریان بازخور می‌گیرید و این بازخورها را تبدیل به اقدامات اصلاحی می‌کنید؟ آیا از انجمن‌های تخصصی و صنعتی بازخور دریافت می‌کنید؟ چگونه برنامه فروش و تولید را همسو می‌نمایید؟ اطلاعات تجاری مرتبط با نوآوری چگونه گردآوری و تحلیل می‌گردد؟

کلینیک نوآوری در کسب و کار



هدف کلینیک نوآوری در کسب و کار ارزیابی فرآیندهای تدوین مدل کسب و کار شرکت و نحوه انجام نوآوری در بخش‌های مختلف این مدل بر اساس مدل بوم کسب و کار استریووالدر می‌باشد. مهم‌ترین جنبه‌های مورد ارزیابی در این کلینیک عبارتند از:

بخش‌های مشتریان

در خصوص شناسایی بخش‌های مختلف مشتریان توضیح دهید. چگونه مشتریان را پایش می‌کنید؟ نیازهای خاص مشتریان که نیاز به OFFER های خاص دارد، چگونه شناسایی می‌شوند؟



گزاره ارزشی

گزاره ارزشی خود را چگونه طراحی می‌کنید؟ مشتریان چرا باید شما را به رقبا ترجیح دهند؟ چگونه نیاز/مسأله مشتری را به یک راهکار مرتبط می‌کنید؟ چطور تشخیص می‌دهید که یک OFFER می‌تواند برای مشتریان منفعت و ارزش ایجاد نماید؟



کانال‌ها

چگونه خود را به مشتریان می‌رسانید و خود را در معرض مشتریان قرار می‌دهید؟ چگونه آگاهی مشتریان را نسبت به محصولات/خدمات خود ارتقا می‌دهید؟ مکانیزم‌های شما برای پشتیبانی از مشتریان بعد از انجام خرید چیست؟ آیا برای هر بخش از مشتریان کanal جداگانه‌ای در نظر گرفته شده است؟



ارتباط با مشتریان

نحوه برقراری ارتباط با مشتریان چگونه تعریف شده است؟ میزان استفاده از راه‌های اتوماتیک برای ارتباط با مشتریان چقدر است؟ آیا فرآیند هم‌آفرینی با مشتریان تعریف شده است؟ آیا برای هر بخش از مشتریان راه ارتباطی جداگانه‌ای در نظر گرفته شده است؟



کلینیک نوآوری در کسب و کار

جريان(های) درآمدی

آیا برای هر بخش از مشتریان جریان درآمدی جداگانه‌ای در نظر گرفته شده است؟ آیا مکانیزم قیمت‌گذاری جداگانه‌ای برای هر جریان درآمدی تعریف شده است؟ چگونه تشخیص می‌دهید که جریان درآمدی در هر بخش از کسب و کار باید مبتنی بر تراکنش یا مبتنی بر پرداخت مستمر باشد؟ تمایل مشتریان را در حوزه نحوه پرداخت چگونه می‌سنجید؟ چگونه سهم درآمدی هر بخش از کسب و کار را نسبت به درآمد کل می‌سنجید؟



منابع کلیدی



چگونه منابع کلیدی موردنیاز برای پیاده‌سازی یک مدل کسب و کار را شناسایی می‌کنید؟ چگونه منابع ناملموس موردنیاز را تشخیص می‌دهید؟ آیا شرکت شما از تعدد و تنوع لازم در حوزه منابع برخوردار است؟ منابع را عموماً به صورت داخلی توسعه می‌دهید و یا اینکه ترجیح شما بر اکتساب خارجی آن‌ها است؟

فعالیت‌های کلیدی

چگونه فعالیت‌های کلیدی موردنیاز برای پیاده‌سازی یک مدل کسب و کار را شناسایی می‌کنید؟ چگونه زنجیره ارزش فعالیت‌های کسب و کار را ترسیم می‌نمایید؟ چگونه ارتباطات میان فعالیت‌ها را تعریف می‌کنید؟



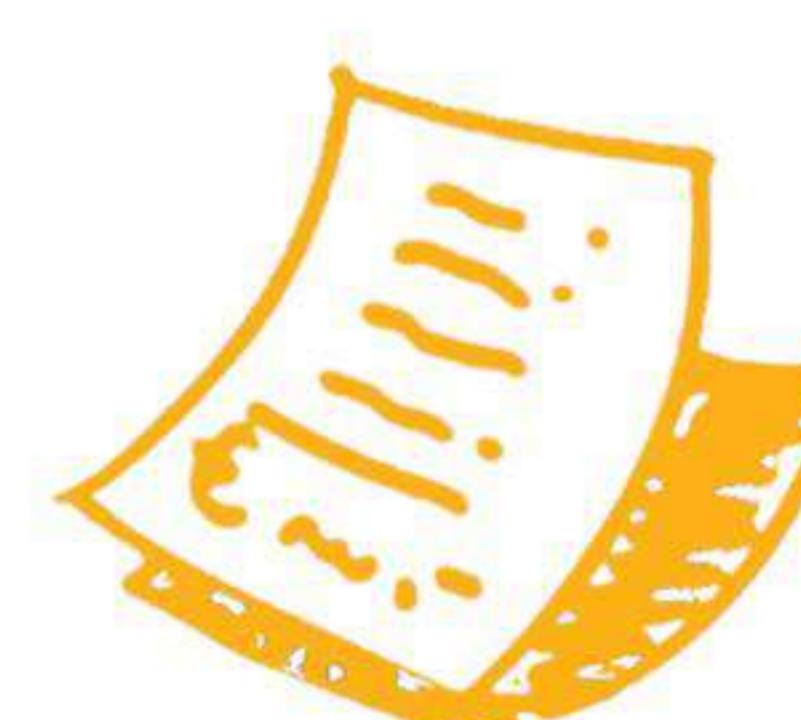
شرکت‌های کلیدی



چگونه شبکه تأمین‌کنندگان و شرکای خود را طراحی می‌کنید؟ آیا از طیف متنوعی از شرکت‌ها (اتحاد، همکاری رقابتی، سرمایه‌گذاری مشترک، برونوپاری) بهره می‌برید؟ آیا چارچوب/فرآیند خاصی برای اکتساب منابع در بستر شرکت‌ها طراحی کرده‌اید؟ از چه مکانیزم‌هایی برای یادگیری همکارانه استفاده می‌کنید؟ چگونه فعالیت‌های کلیدی کسب و کار را میان خود و شرکایتان تقسیم می‌کنید؟

ساختار هزینه

آیا هزینه مرتبط با هر بخش از مشتریان جداگانه محاسبه می‌شود؟ چگونه هزینه‌های مرتبط با منابع و فعالیت‌های کلیدی را محاسبه می‌کنید؟ برآورد هزینه شما بر اساس چه داده‌ها و روش‌هایی صورت می‌پذیرد؟



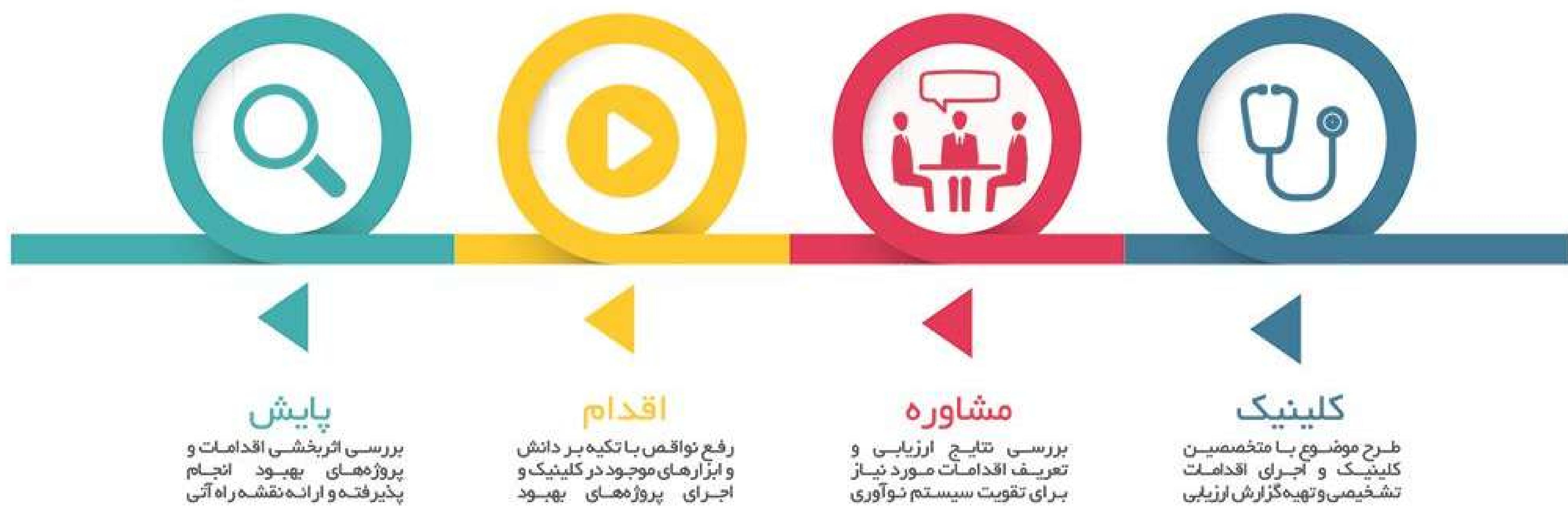
تکنوشریف در یک نگاه

مشاوری که شما را در توسعه فرایند نوآوری، همراهی می کند

تکنوشریف در راستای کمک به توسعه اقتصادی و صنعتی کشور، با اتکای به متخصصین حوزه مدیریت فناوری و نوآوری از یک سو و دسترسی قابل توجه به تکنولوژیست‌های شرکت‌های فناور و چابک از سوی دیگر، زمینه‌ای را ایجاد نموده است تا ضمن تمرکز بر چالش‌های اساسی شرکت‌های بزرگ، بتواند ارزش افزوده قابل توجهی را در توسعه فرایندهای مدیریت فناوری و نوآوری و نیز همکاری در تامین و بهره برداری از فناوری‌های جدید، یا برنامه ریزی برای توسعه این فناوری‌ها ایجاد نماید. حوزه‌های اصلی فعالیت تکنوشریف عبارتند از:

- انجام مطالعات و اجرای پروژه‌های توسعه نقشه راه فناوری برای شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ
- برگزاری کلینیک ارزیابی و ممیزی فرایندهای تحقیق و توسعه و ارزیابی وضعیت بلوغ مدیریت نوآوری در شرکت‌ها و سازمان‌ها
- طراحی و توسعه نظام نوآوری سازمانی بر اساس کسب شناخت از وضعیت بلوغ و توسعه یافته‌گی ساختار و فرایندهای نوآوری
- کمک به راه اندازی مراکز نوآوری سازمانی و تدوین و توسعه مدل‌های همکاری فناورانه با دانشگاه‌ها و استارتاپ‌ها
- طراحی و تدوین برنامه بازاریابی و تجاری سازی محصولات و خدمات فناورانه و نوآورانه صنعتی
- همکاری و اجرای برنامه‌ای تحقیق و توسعه مشترک با شرکت‌های توانمند و صاحب فناوری

چند گام تا نوآوری





هشتمین جشنواره
نوآوری برتر ایرانی

برخی از شرکت‌های منتخب جشنواره در ۷ سال اخیر

شرکت شهر وندر	ساداد	پارس ميديا	QOP	شرکت شهر وندر	Crouse
کرونه	Mashad-e-Media	بانک مادرات ایران	بانک پارسیان	شرکت پالایش نفت تبریز	TMDN
شرکت شهر وندر	خودرو	Brikkar	شرکت پیسان ملت	دیزگاه سازه	Motogen
شوکت	Koochkan Transformers	Jal-e-Sabz	KSC	خله اول	Tekaje
JPC	Darvazi	TOSAN E-COMMERCE	Sepahan Cement Co.	Fadak Train	R.P.C.
HESCO	Akhan Tadris Brokerage Co.	Jameh Polymers	Khavar-e-Asr	SPOT	RighTel
Micron Towzin . CO	Behpordakht Molt	Behpordakht Mellat	Behpordakht Mellat	Pars Hayan	Khuzestan Oxin Steel Co.
Wiset Bar	Asta Eason Polymers	Bank-e-Parsian	Bekooft Kargi	Kooshesh Radiator	Fana
شرکت شهر وندر	SADAD	Zarab	Oman Tazir	Gharan	BOLC

WWW.PRODUCTINNOVATION.IR

INFO@PRODUCTINNOVATION.IR

۶۶۰۷۲۵۷۱ - ۶۶۰۷۲۵۷۲