

تحول صنعت با نوآوری‌های پیشرو

جشنواره نوآوری برتر ایرانی: سکوی تحول کسب و کارها



Iranian Innovation Festival

جشنواره نوآوری برتر ایرانی در دوره دهم برگزاری خود، با هدف شناسایی، انتخاب و تقدیر از برترین نوآوری‌های شرکت‌های ایرانی در چهار بخش کلیدی شامل نوآوری در محصول، نوآوری در خدمت، نوآوری در فرآیند و نوآوری در کسب‌وکار، قدم‌های مؤثری را برداشته است. این جشنواره به عنوان یک پلتفرم مهم، زمینه‌ساز ارتقای فرهنگ نوآوری در صنعت و کسب‌وکارهای داخلی است و با شناخت نقاط قوت و فرصت‌های بهبود، به نهادینه‌سازی و بلوغ فرآیندهای نوآوری در سازمان‌ها کمک

رویکردهای اساسی جشنواره

● تمرکز بر نوآوری‌های مشتری محور

این جشنواره به نوآوری‌هایی اهمیت می‌دهد که به نیازهای واقعی مشتریان پاسخ می‌دهند

● محتوای بومی نوآوری‌ها

تأکید بر استفاده از ظرفیت‌ها و دانش داخلی برای ایجاد نوآوری‌های محلی و بومی

هدف اصلی این رویداد، اشاعه و جاری‌سازی نظام مدیریت نوآوری (INNOVATION MANAGEMENT) در شرکت‌های ایرانی است. این نظام به سازمان‌ها کمک می‌کند تا فرآیندهای نوآوری خود را به صورت ساختارمند مدیریت کرده و به طور مستمر بهبود دهند. یکی از مهم‌ترین مراحل پیاده سازی این نظام، انجام کلینیک ممیزی فرآیندهای نوآوری است. این کلینیک با بررسی دقیق فرآیندهای موجود، آسیب‌شناسی و عارضه‌یابی انجام می‌دهد و نقشه‌راه سازمان را در حرکت از وضعیت موجود به سمت وضعیت مطلوب ترسیم می‌کند. خروجی اصلی این کلینیک، مجموعه اقدامات پیشنهادی (COURSE OF ACTIONS) برای بهبود مستمر فرآیندهای نوآوری است که در قالب ماتریس اهمیت-فوریت آیزنهاور (EISENHOWER) اولویت‌بندی می‌شوند.

ارزشها و مزایای بکارگیری مدل مرجع نوآوری محصول

ارزشهای نوین ایجاد کنید



با شناسایی دقیق نیازهای مشتریان و تحلیل رفتار آنها، محصولاتی طراحی کنید که ارزش واقعی برای مشتریان ایجاد کند

رقابت پذیری را افزایش دهید



با ارائه محصولات نوآورانه و خدمات متمایز، خود را از رقبا متمایز کنید و موقعیت رقابتی خود را تقویت کنید

فرآیندها را بهینه سازی کنید



با استفاده از تحلیل داده ها و ابزارهای مدیریتی، فرآیندهای داخلی را بهینه سازی کنید تا هزینه ها کاهش یابد و کارایی افزایش یابد

فرهنگ نوآوری را تقویت کنید



با ایجاد فضایی برای خلاقیت و نوآوری، کارکنان را تشویق به ارائه ایده های نوین کنید و از ظرفیت های درون سازمانی بهره برداری کنید

نظام ایده پردازی

سازمان ها برای شناسایی فرصت های نوآوری، از فرآیندها، روش ها و منابع مختلفی استفاده می کنند. این فرآیند شامل ثبت، طبقه بندی و اولویت بندی ایده ها است که توسط واحد متولی مدیریت ایده ها انجام می شود. این واحد با بهره گیری از نظام تشویقی، از منابع داخلی و خارجی سازمان برای جمع آوری ایده ها استفاده می کند

نظام ارزیابی اولیه و اولویت بندی

در این مرحله، ایده های دارای پتانسیل از جنبه های مختلفی از جمله بازار، فنی و مالی مورد ارزیابی قرار می گیرند. این ارزیابی ها با استفاده از ابزارهای تخصصی و منابع متنوع انجام شده و توسط واحدهای مسئول تایید یا رد می شوند

نظام توسعه مفهومی و طرح کسب و کار

مفاهیم اولیه برای نوآوری در این مرحله تدوین و ارزیابی می شوند. سازمان ها تحلیل هایی در حوزه های بازار، فناوری و مالی انجام داده و چارچوب مشخصی برای نگارش و ارزیابی طرح کسب و کار تعریف میکنند

نظام توسعه محصول و آماده سازی تولید

طراحی فنی، نمونه سازی و تست های اولیه در این مرحله انجام می شود. سازمان ها چارچوب های مشخصی برای تضمین پایداری، مدیریت دانش و مدیریت ریسک در پروژه های نوآوری تعریف کرده و فرآیندهای تولید انبوه و زنجیره تأمین را آماده می کنند. تاییدیه نهایی برای لانچ محصول، پس از دستیابی به نتایج مورد انتظار و توسط مقامات مسئول صادر می شود

نظام تست و اصلاح محصول

در این مرحله، آزمایش های بازار و تحلیل بازخورد مشتریان انجام می شود. فرآیندهای اصلاح و بهبود محصول پس از دریافت بازخوردها تعریف و اجرا می شوند. همچنین، تمهیدات بازاریابی قبل از ورود به فاز معرفی محصول نیز در این مرحله انجام می شود

نظام لانچ محصول و استراتژی بازاریابی

برنامه های بازاریابی، فروش و توزیع برای نوآوری های جدید تدوین و اجرا می شوند. سازمان ها آمادگی های لازم پیش از لانچ را ایجاد کرده و آمیخته بازاریابی و کانال های اطلاع رسانی را برای جذب مشتریان هدف تعریف می کنند

نظام پایش موفقیت طرح نوآورانه

عملکرد محصول در بازار ارزیابی شده و سازمان ها از روش های مختلفی برای دریافت بازخورد از مشتریان استفاده می کنند. این بازخوردها به اقدامات اصلاحی تبدیل شده و نقشه راه محصول و استراتژی های آینده براساس آن ها تدوین می شوند

ساختار مدل

مرجع نوآوری محصول

مدل مرجع نوآوری محصول از هفت فاز تشکیل شده است که کل فرایند توسعه محصول جدید از بازار (شناسایی فرصت ها و ایده پردازی) تا بازار (لانچ محصول جدید و بهبود مستمر آن) را در بر می گیرد. در ادامه، مروری اجمالی بر فازهای هفت گانه آن ارائه می شود:



در سال‌های اخیر، ارزیابی سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف منجر به دستاوردهای قابل توجهی شده است. برخی از این دستاوردها عبارتند از



بهبود عملکرد محصولات

شرکت‌هایی که از این مدل استفاده نمایند، می‌توانند محصولات خود را با توجه به نیازهای واقعی مشتریان بهینه‌سازی کنند



کاهش هزینه‌ها

با شناسایی دقیق نیازهای بازار و استفاده از فناوری‌های نوین، هزینه‌های تولید و توسعه محصولات به طور چشمگیری می‌تواند کاهش یابد



افزایش رضایت مشتریان

محصولات نوآورانه و خدمات پس از فروش بهبود یافته، باعث افزایش وفاداری مشتریان می‌گردد



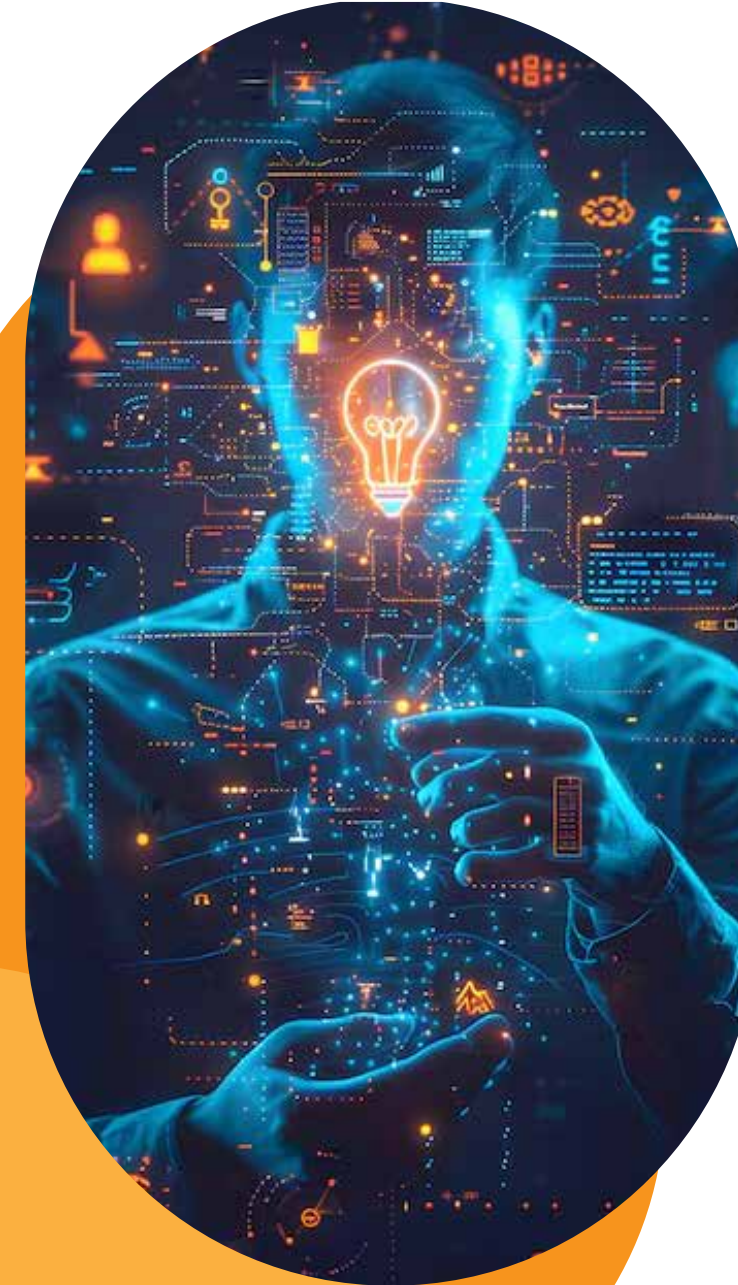
توسعه بازارهای جدید

شرکت‌ها می‌توانند با ارائه محصولات و خدمات نوآورانه، به بازارهای جدید نفوذ کنند و سهم بازار خود را افزایش دهند

دستاوردهای کلیدی

مدل مرجع نوآوری محصول (PIRM)

چارچوبی برای موفقیت پایدار



ممیزی فرآیندهای نوآوری در این بخش از جشنواره، بر اساس مدل مرجع نوآوری محصول (PIRM) انجام میشود. این مدل که از STAGE-GATE MODEL الهام گرفته شده است، از دهه 1990 تاکنون به عنوان یکی از مدل‌های مرجع در حوزه نوآوری محصول در سطح جهانی شناخته شده و توسط نهادهای معتبری مانند انجمن مدیریت نوآوری محصول (PDMA) و مرکز بهره‌وری و کیفیت آمریکا (APQC) به رسمیت شناخته شده است.

ویژگی برجسته این مدل، انطباق آن با شرایط و اقتضائات بازار ایران و به‌روزرسانی سالانه آن بر اساس تجربیات حاصل از ارزیابی شرکت‌های ایرانی است. برتری مدل مرجع نوآوری محصول در مقایسه با مدل‌های مرجع نوآوری مانند مدل مرحله‌دروازه (STAGE-GATE) دکتر کوپر، استاندارد ایزو 56001، و مدل دو الماس (DOUBLE DIAMOND) در چندین جنبه قابل مشاهده است

انعطاف‌پذیری بیشتر

مدل مرجع نوآوری محصول، با تمرکز بر تغییرات و بهبود مستمر، انعطاف‌پذیری بیشتری ارائه می‌دهد و می‌تواند به راحتی با شرایط متغیر بازار و نیازهای مختلف سازمان‌ها سازگار شود

یکپارچگی بیشتر با فرآیندهای مدیریتی

مدل مرجع نوآوری محصول با ادغام ابزارهایی مانند تحلیل داده‌ها و ارزیابی عملکرد، به صورت عمیق‌تری با سایر فرآیندهای مدیریتی سازمان یکپارچه می‌شود. این موضوع باعث می‌شود که نوآوری به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از استراتژی کلی سازمان در نظر گرفته شود

تمرکز بر کاربرد عملی و حل مسئله

مدل مرجع نوآوری محصول با ارائه روش‌های عملی‌تر و ابزارهای دقیق‌تر برای تحلیل و ارزیابی، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا نه تنها مسائل را شناسایی کنند، بلکه راه‌حل‌های مؤثری نیز برای آن‌ها ارائه دهند

تأکید بر تعاملات خارجی

برخلاف مدل‌های سنتی که بیشتر به فرآیندهای داخلی سازمان توجه دارند، مدل مرجع نوآوری محصول به تعاملات خارجی با ذینفعان و بازار نیز اهمیت می‌دهد. این رویکرد به سازمان‌ها کمک می‌کند تا نوآوری را در یک محیط پویا و متغیر مدیریت کنند و از فرصت‌های جدید بهره‌برداری کنند

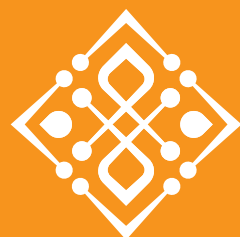
تأکید بر مفاهیم نوین

برخلاف مدل‌های نوآوری موجود، مدل مرجع نوآوری محصول بر مفاهیمی همچون پایداری، مدیریت دانش، مدیریت ریسک، فناوری‌های نوظهور، و ... تأکید زیادی دارد

ویژگی‌های
کلیدی
مدل PIRM

چشم انداز آینده

با استفاده از مدل مرجع نوآوری محصول، سازمان ها می توانند خود را برای آینده ای پرچالش آماده کنند. این مدل نه تنها به شما کمک می کند تا در بازار فعلی موفق شوید، بلکه شما را برای مقابله با تغییرات آینده و بهره برداری از فرصت های نوین آماده می کند



نهالین جشنواره
نوآوری برتر ایرانی

پس از اجرای جشنواره نوآوری محصول چه اتفاقاتی رخ می دهد؟

اجرای جشنواره نوآوری محصول تنها ابتدای مسیر است. پس از این مرحله، امکانات و فرصت های متعددی برای سازمان ها فراهم می شود

چرا باید امروز شروع کنید؟

- نوآوری یک انتخاب نیست، بلکه ضرورتی است که هر کسب و کاری باید به آن توجه کند. با استفاده از مدل مرجع نوآوری محصول، شما می توانید
- به مشتریان خود ارزش بیشتری ارائه دهید
- هزینه ها را کاهش دهید و کارایی را افزایش دهید
- در بازار رقابتی پیشتاز باشید
- فرهنگ نوآوری را در سازمان خود تقویت کنید



www.Productinnovation.ir

info@Productinnovation.ir

۰۲۱-۶۶۰۷۲۵۷۱ - ۵۷۲

ارزیابی عمیق و تحلیل دقیق

پس از جشنواره، ارزیابی های عمیقی از عملکرد محصولات و فرآیندهای سازمان انجام می شود. این ارزیابی ها شامل تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدها است

گزارش بازخورد تفصیلی

یک گزارش بازخورد جامع و دقیق برای هر سازمان ارائه می شود که شامل پیشنهادهای عملی برای بهبود محصولات و فرآیندها است

پیاده سازی نظام نوآوری

با استفاده از نتایج ارزیابی ها، سازمان ها می توانند نظام نوآوری خود را تقویت کنند و فرهنگ نوآوری را در سطح سازمان تثبیت کنند

مشاوره تخصصی

مشاوران مجرب در حوزه نوآوری محصول، به سازمان ها کمک می کنند تا استراتژی های خود را بازنگری کنند و برنامه های عملی برای پیاده سازی ایده های نوین تدوین کنند

توسعه شبکه همکاری

این جشنواره فرصتی برای ایجاد شبکه های همکاری با سایر سازمان ها و شرکت های پیشرو در حوزه نوآوری فراهم می کند

برخی از شرکتها منتخب جشنواره در نه سال اخیر

