



VI ER FORSKELLIGE - BRUG DET!

Rapport fra World Innovation Forum

Indlæg af Susanne Justesen i Berlingske Business.dk den 21. april 2007 (blogpost # 10)

Det er jo en fantastisk tid vi lever i når jeg uden selv at være tilstede på dette års World Innovation Forum alligevel kan følge med, selvom den foregår ca 9000 km herfra; i Orange County i Californien. Men arrangørerne har sikret at der blogges, rapporteres og formidles indhold så snart en ny taler har forladt podiet.

World Innovation Forum løb af staben tirsdag og onsdag i denne uge og afsluttedes igår med et brag af en præsentation fra Whirlpools Michael Thieneman. Whirlpool, som er een af USAs største hårde hvidevare producenter, satte for ca fem år siden for alvor innovation på dagsordenen, og Thieneman fortalte på konferencen hvordan de begyndte med at træne deres ledere til at se verden med nye øjne. Samtidig nedsatte de en række teams påtværs af virksomheden, hvor diversitet var en vigtig faktor i gruppens sammensætningen, og bad alle disse grupper om at brainstorme og komme op med nye ideer til fremtidens Whirlpool.

Thieneman beskrev hvordan flere af disse grupper blev "lidt for vilde", hvilket skabte en del problemer, men efterhånden som innovationstrategien kom på plads blev rammerne for disse gruppers arbejde bedre. Ud af denne samlede proces nåede de frem til en innovationsstrategi der satte fokus på hvad fremtidens produkter skulle fokusere på, ligesom de opstillede fælles mål for hvilke innovationsprojekter der skulle være i virksomhedens pipeline. Thieneman fortalte hvordan de samtidig opsatte en intern web som sikrede at alle havde mulighed for at deltage og følge med i hvad der skete i den samlede innovationsproces.

Og resultaterne af Whirlpools innovationsproces udeblev ikke: i 2000, da de satte innovationsprocessen igang, var det kun 15% af virksomhedens kunder der, når de købte en Whirlpool vaskemaskine, også købte en tørretumbler fra Whirlpool, hvorfor gennemsnitsforbruget pr kunde lå på omkring 4.000 kr.

Seks år senere var det hele 96% af deres kunder der købte begge dele i et samlet sæt; hvor gennemsnitsforbruget blandt deres kunder i samme periode således steg fra ca 4000 kr pr kunde 13.000 i samme periode, fordi dette fokus på at skabe værdi for kunden i ifølge Thieneman, nu gav mulighed for at udvikle og sælge andre ydelser til brug for den samlede tøjvask-situation. Ganske imponerende resultater på relativt kort tid.

Men der blev jo talt om andet end vaskemaskiner på World Innovation Forum. Således kunne man også på konferencen høre Renée Mauborgne, den ene halvdel af forfatterduoen bag nyklassikeren "Blue Ocean Strategy", fortælle om hvordan man kan skabe nye behov og nye markeder selv i veletablerede brancher, hvis man 'blot' er lidt mere kreativ i sin strategi- og produktudvikling.

Lyn Heward fra det canadiske ny-cirkus Cirque du Soleil fortalte om hvordan de bliver ved med at stræbe efter at nytænke circus-oplevelsen, selv her mere end tyve år efter deres første forestillinger løb af stabelen i Canada i 1980'erne. Vint Cerf, een af internettets grundlæggere der nu er ansat hos Google og bærer den noget latterlige titel: Chief Internet Evangelist, som passede meget godt til hans lattermilde indlæg på konferencen, hvor han talte om nettet og udviklingen af det mobile internet. Sidst men ikke mindst talte talte den allestedsværende Harvard-professor Clayton Christensen om behovet for at udvikle markeder, ikke kun produkter, og hvordan det giver mening at tænke innovation ud fra hvilket "job" et produkt eller en ydelse skal levere, fremfor at tænke i produkt eller løsninger.

Et spændende program med en imponerende talerliste, og man behøvede ikke engang at være der! Mon vores egen innovationskonference INNOVATING WITH DIVERSITY i København til juni mon være med i samme liga? Jeg håber det!