

نگاه به نوآوری، نیازمند بازنگری

چطور می‌توان انتظار داشت با وجود هزینه بسیار بالای شکست، کسی دست به خلاقیت بزند؟ اصلا نوآوری مستلزم چه فرهنگی است؟

نوآوری، یک محصول یا یک پروژه؟

نوآوری یک پروژه نیست. پروژه‌ها کوتاه‌مدت هستند و باید قبل از یک زمان خاص به خروجی رسیده باشند. همچنین اجرای هر پروژه، در یک چارچوب مالی خاص اتفاق می‌افتد، که خروج از آن باعث می‌شود پروژه را شکست خورده به حساب بیاوریم. پروژه، کاری است که یک بار برای همیشه اتفاق می‌افتد، مثل نصب قفسه‌های انباری یا ساختن یک خانه درختی که برای یک بار انجام شده و تمام می‌شود. اما نوآوری بخشی از DNA شرکت است، چیزی که باید در یکایک فعالیت‌ها و پروژه‌ها بروز داشته باشد.

بسیاری از شرکت‌ها یک بودجه خاص برای نوآوری تخصیص می‌دهند و یا در یک بازه زمانی از آن، انتظار خروجی مشخصی دارند. هر رویکردی که برای نوآوری محدودیت ایجاد کند یا عملکرد آن را به گونه‌ای مورد ارزیابی قرار دهد که اثر ضعف دیگر ساختارها را بر آن نادیده بگیرد، اشتباهی است که می‌تواند شرکت را از مزایای نوآوری محروم سازد.

نوآوری بیشتر شبیه یک محصول است. محصولی که یک چرخه عمر دارد با این تفاوت که چرخه عمرش پایانی ندارد بلکه با اعمال بازنگری دوباره تاثیرگذار و سودآور خواهد بود. نوآوری مانند یک محصول نیازمند سرمایه‌گذاری است، یک سرمایه‌گذاری مستمر که از لحاظ خروجی بیشتر شبیه یک سرمایه‌گذاری جسورانه است تا یک سرمایه‌گذاری بلند مدت با سود تقریباً مشخص و ریسک پایین.

جزئیات دشمن نوآوری

برخی شرکت‌ها برای پرداختن به نوآوری، به دنبال مشخص کردن دقیق نیازمندی‌های آن هستند. طولانی شدن فاز شناخت نیازمندی‌ها در این شرکت‌ها سبب ایجاد ناامیدی نسبت به ثمردهی نوآوری می‌شود. بهتر است نوآوری را به شکل یک محصول استارت‌آپی ببینیم. محصولی فرصت‌آفرین که ارزش یک سرمایه‌گذاری پر از ریسک را دارد. بهتر است به جای پرداختن به نوآوری از یک کانال خاص که خروجی مطلوب آن با ریسک بالایی همراه است، یک سبد از اقدامات نوآورانه تهیه کنیم و به جای پرداختن به جزئیات نیازمندی‌ها، هزینه را صرف سنجش کیفیت اثرگذاری آن‌ها از دیدگاه مشتری کنیم و بدین طریق با توزیع ریسک، خود را از منافع به نتیجه رسیدن برخی از این اقدامات بهره‌مند کنیم.

بازخوانی نوآوری

نوآوری، اجرای بسیار هنرمندانه ایده‌های موجود در شرکت است. برای دستیابی به نوآوری فرهنگی مورد نیاز است که تحمل شکست را داشته باشد، پذیرای تغییر باشد، به کارکنان قدرت اختیار بدهد. همچنین استراتژی سرمایه‌گذاری متفاوت و آموزش مهارت‌های خاصی باید در دستور کار شرکت قرار گیرد. ایده‌های نوآورانه در ذهن تیم شما، مشتریان حاضر در صف دریافت خدمات، متصدیان ترمینال بانکی و مهندسين فنی شرکت هستند. کاغذبازی‌ها را کم کنید و چابکی سازمان برای دستیابی به این ایده‌ها را افزایش دهید. بهترین روش این است که اجازه بدهید صدای همه شنیده شود. صدای آن‌ها را از نزدیک بشنوید، کارگاه‌های نوآوری که زمینه تعامل مستقیم افراد، طرح ایده‌ها و چکش‌کاری آن‌ها را فراهم می‌کند، بهترین روش برای احترام به خلاقیت و نوآوری است.

