



## Cuándo planificar innovaciones

Empresas, 09/02/2021



El camino hacia el éxito en el mercado requiere estrategia y planificación. Puede leer sobre cómo y cuándo planificar mejor las innovaciones en este artículo.

Antes de que

una innovación se materialice, debe echar un vistazo al pasado desde la perspectiva de la empresa. ¿Qué hizo que mi empresa tuviera éxito?

En este punto, puede crear una lista de innovaciones anteriores en forma de árbol genealógico de innovación. Una forma de hacerlo es entrevistar a los empleados de mucho tiempo, lo cual es útil para recopilar innovaciones y comprender qué significa la innovación para sus propios empleados. Además, sirve para mejorar antiguas innovaciones o ayuda a generar inspiración para nuevas estrategias y campos de búsqueda.

### El árbol genealógico de la innovación

El árbol genealógico de innovación (LEAD) sirve como una representación gráfica de las innovaciones pasadas de una empresa. Crea una descripción general de las innovaciones y muestra con qué innovaciones tuvo éxito en el mercado en el pasado, porque se pueden extraer conclusiones importantes para el futuro del pasado. Este árbol genealógico de la innovación incluye productos, procesos, servicios, estructuras y modelos comerciales.

En el siguiente paso, observa si estas innovaciones están impulsadas por el mercado (innovación de atracción) o si se han

introducido activamente en el mercado a partir de su propia investigación (innovaciones de impulso). También se pregunta cómo surgieron las innovaciones, si las innovaciones fueron de origen interno o externo.

¿Extrae estos aprendizajes del árbol genealógico y luego define qué es una innovación para su empresa? Por ejemplo, una definición general de innovación es:

Innovación = Invención + Éxito en el mercado

Entonces se trata de tendencias.

¿Qué tendencias se avecinan en el futuro, qué necesitan mis usuarios, cómo es el mercado competitivo y cuándo será relevante una tendencia para mi empresa?

Ejemplo de realidad virtual

Si una tendencia, por ejemplo la realidad virtual, le llama la atención, expertos internos y externos deben consultar si esta tendencia podría ser un tema futuro para su empresa. ¿Es relevante para la empresa o no? Si decides como empresa incorporar la tendencia en tu estrategia de innovación, la única pregunta es: ¿cuándo?

Los campos de búsqueda se derivan de la combinación del pasado y varias tendencias.

Estos campos de búsqueda constan de los siguientes parámetros:

Grupo destinatario: ¿QUIÉN?

Tiempo: ¿CUÁNDO?

Tipo de innovación: ¿QUÉ?

Grado de innovación: ¿CUÁN NUEVO?

Campo de búsqueda: descripción exacta de lo que se va a desarrollar.

Es fundamental saber a qué grupo objetivo quiero llegar y cuándo con qué tipo de innovación para tener éxito en el mercado.

Qué tipo de innovación se está implementando, qué tan nueva es en términos de su grado de innovación o si es solo una adaptación de una innovación del pasado, debe determinarse en esta etapa temprana. ¿Es un producto conocido que se puede mejorar o es algo nuevo en el mundo?

Después de eso, es importante definir el inicio correcto del proyecto para posicionarse en el mercado con la propia innovación de manera oportuna. Cada campo de búsqueda tiene claramente definido el factor tiempo; se deriva, entre otras cosas, de cuando una tendencia se vuelve relevante para mi empresa. A partir de este factor de tiempo definido, el equipo ahora puede volver a calcular y establecer la hora de inicio del proyecto de innovación para su implementación.

Conclusión

Para identificar el "tiempo del futuro", es importante planificar correctamente la hoja de ruta para las innovaciones propias. Primero, observa el pasado, luego analiza las tendencias y deriva de esta combinación los campos de búsqueda que incluyen el grupo objetivo, el momento, el tipo de innovación y el grado de innovación para implementar una innovación realista que

logre el éxito en el mercado.