

Systematischer 5C-Innovationsprozess

Mehrstufiger, unternehmensspezifischer Workshop, in welchem der systematische 5C Innovationsprozess für die Entwicklung effizienter Innovationen in Grossunternehmen erlernt und direkt im Kontext einer konkreten strategischen Herausforderung angewendet wird. Der Lehrgang ist besonders geeignet für Innovationsverantwortliche, die einen strategischen Innovationsprozess implementieren wollen und für Mitarbeiter, die auf strukturierte Weise zielgerichtet umsetzungsfähige Innovationen innerhalb des komplexen Unternehmensumfeldes entwickeln möchten.

Konzept

Der firmenspezifische Lehrgang besteht aus fünf aufeinander aufbauenden Modulen, mit welchen eine praktische Durchführung des Innovationsprozesses initiiert und begleitet wird. Dies ermöglicht jedem Teilnehmer, die Theorie direkt in die Praxis des eigenen Unternehmens zu übertragen und neue Lösungen für aktuelle Herausforderungen zu entwickeln. Teilnehmer erlernen den gesamten 5C-Innovationsprozess von der Zielsetzung bis zur Umsetzung, und können diesen anschliessend auf verschiedene Fragestellungen anwenden, um mit neuen Innovationen zum Unternehmenserfolg beizutragen. Eine Zertifizierung des SGMI Management Instituts St. Gallen zur Bescheinigung der erlernten Fähigkeiten ist optional möglich.

Themenschwerpunkte

Einführung „Corporate Innovation“

- > Herausforderungen und Chancen im aktuellen Innovationswettbewerb
- > Effiziente Innovationen in etablierten Unternehmen (Framework)
- > Grundlagen einer effizienten Innovationsstrategie & Einführung in den 5C-Innovationsprozess

Configuration: Von Zielen zu Innovationspotenzialen

- > Ziele & Kriterien (KPIs) für Innovationen im eigenen Unternehmen verstehen
- > Opportunitäten auf Basis disruptiver Trends & neuer Kundenbedürfnisse erkennen
- > Relevante Innovationspotenziale für das eigene Unternehmen ableiten

Praxisphase I:

Erarbeitung von Innovationspotenzialen auf Basis von Ziele und Erfolgsfaktoren

Customization: Von Innovationspotenzialen zu Pain Points

- > Relevante Small Data- und Marktforschungsmethoden kennenlernen
- > Techniken zum Aufdecken von Customer Pain Points erlernen und anwenden
- > Jobs-to-be-done in Bezug auf bestimmte Produkte und Services aufdecken

Praxisphase II:

Vorbereitung und Durchführung von Marktforschung zum Aufdecken von Customer Pain

Compilation: Von Pain Points zu Inspirationen

- > Recherche internationaler Best Practices
- > Abstraktion für analoge Inspirationen
- > Foresighting für Zukunftsinpirationen

Praxisphase III:

Erarbeitung passgenauer Inspirationen zu den Customer Pain Points

Construction: Von Inspirationen zu Innovationskonzepten

- > Planung & Durchführung multidimensionaler Ideation-Workshops
- > Entwicklung umsetzungsfähiger Innovationskonzepte
- > Validierung und Priorisierung von Innovationskonzepten

Praxisphase IV:

Generierung und Auswahl umsetzbarer Innovationskonzepte

Conversion: Von Innovationskonzepten zu umgesetzten Innovationen

- > Finalisierung eines umsetzungsfertigen Innovationskonzeptes
- > Test & Validierung von Lösungsvarianten zur Umsetzung
- > Planung der Umsetzung der Innovation im Markt

Praxisphase V:

Transfer zur Umsetzung ausgewählter Innovationskonzepte

Anfrage

SGMI Management Institut St. Gallen
Bogenstrasse 7
CH-9000 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 223 50 30
Internet: www.sgmi.ch/st-gallen-centers/center-for-corporate-innovation/
E-Mail: seminare@sgmi.ch