

PRODUCT INNOVATION ACADEMY ONLINE

Nabídka otevřeného online školení na téma Produktové
inovace

Proč Product Innovation academy





Frekventované požadavky firem

„Potřebujeme inovace, které vyvolají masivní a neutichající poptávku u zákazníků“.

Global Product Manager, obor high-tech

„Myslím si, že inovace nejsou o nápadech, ale o vydělávání peněz - dlouhodobě, víc, rychleji než konkurence.“

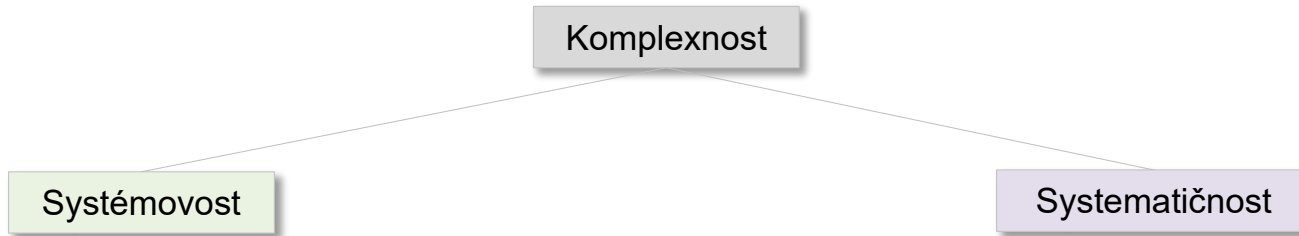
Product Manager, globální firma v oboru hygienických systémů

„Nechci se spoléhat na to, že někdo ve firmě dostane nápad za 100 mil. Kč. Co když ho nedostane?“

R&D Manager, globální firma v oboru zbraně



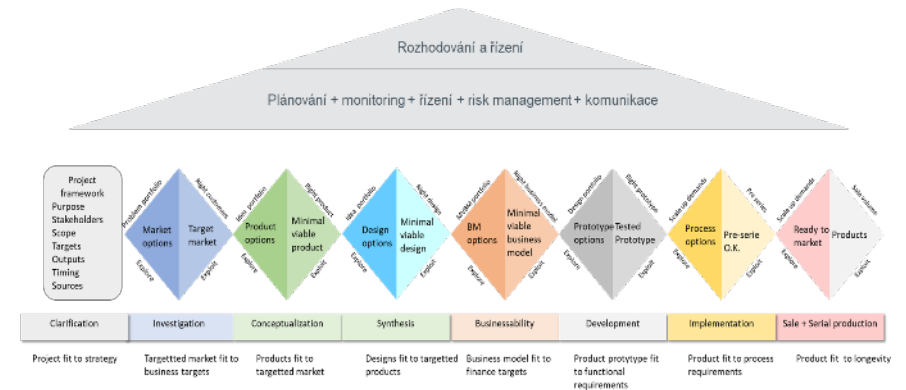
NABÍZÍME KOMPLEXNÍ PŘÍSTUP K INOVACÍM

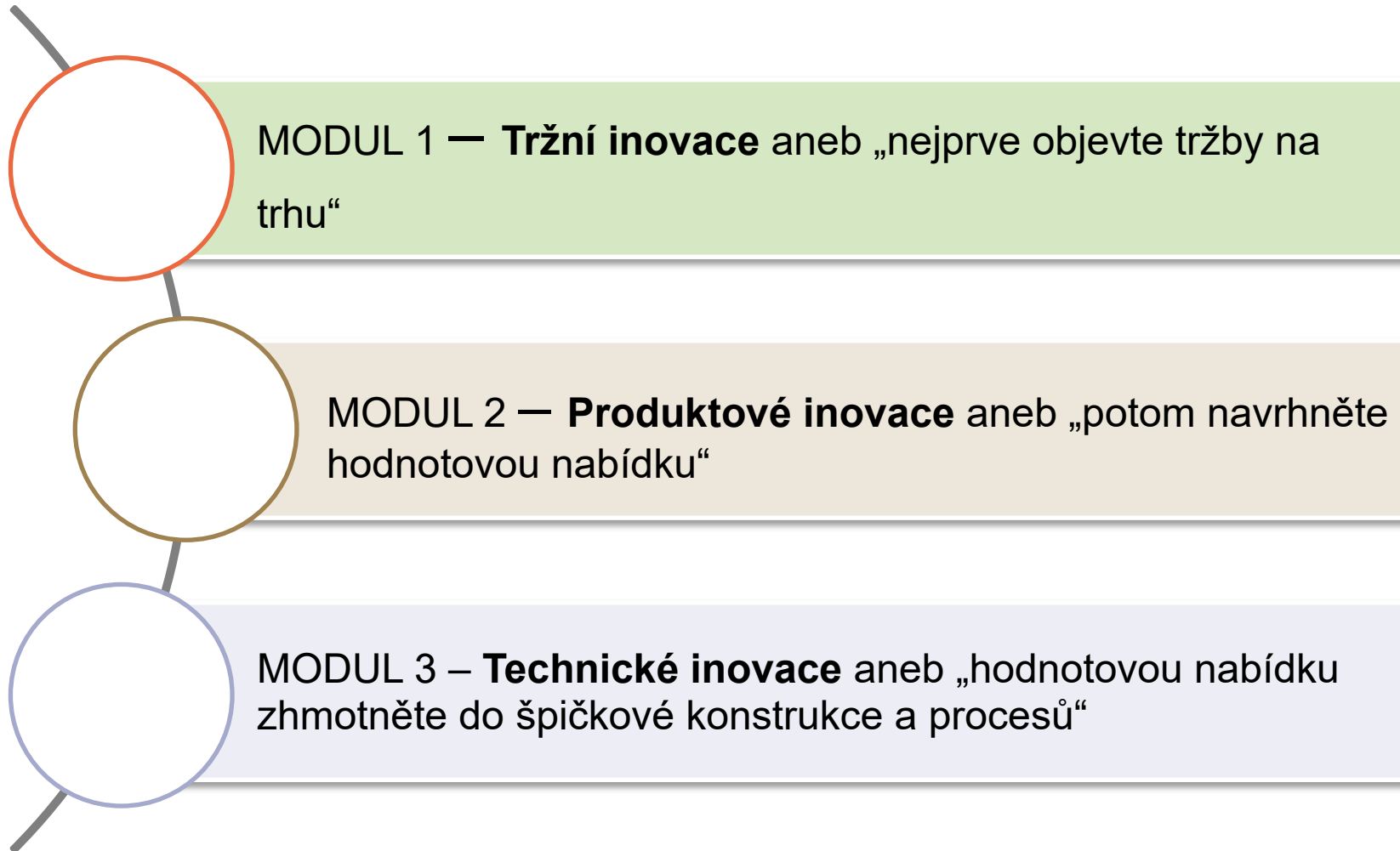


Během 20 let jsme úspěšně inovovali mnoho produktů z různých odvětví. Tajemstvím je dívat se na trh a na produkt jako na systémy, které mají inovační potenciál.

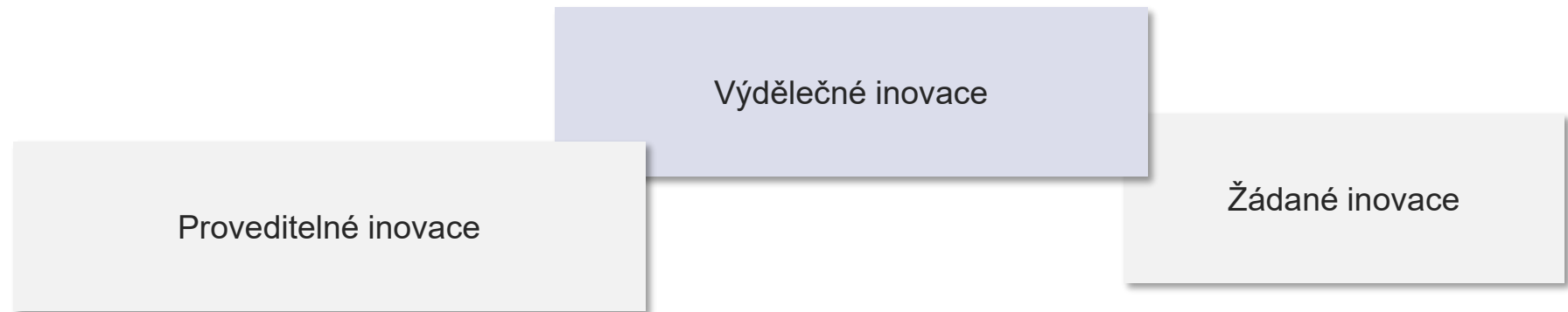


Aplikovali jsme ověřený a účinný postup, který nás spolehlivě dovedl k žádaným inovacím, k růstu tržeb ve firmách.





CO MŮŽETE ZÍSKAT NA AKADEMII?



Nákup



Naučíme **Vás integrovat dodavatele** do vývoje pro dosažení cílů.

Procesy



Naučíme Vás navrhovat produkty v souladu s požadavky **procesů a systému.**

Konstrukce



Naučíme Vás navrhovat **inovativní technické řešení** produktu.

Produkty - Platforma



Naučíme Vás, jak vydělat na **kustomizaci, platformách, flexibilitě.**

Hodnotová nabídka



Naučíme Vás navrhovat jedinečnou hodnotovou **propozici** zákazníkům.

Trh



Naučíme Vás **vidět budoucí tržby** na trhu a firemní participaci na nich.

1. DEN: TRŽNÍ INOVACE



Jak objevit tržby na trhu?

1. Měření trhu

- Strukturální a behaviorální analýza trhu. Jak využít dekompozici trhu (odvětví/trhy, segmenty, zákazníci, požadavky) a chování trhu (růst, stagnace, pokles, vznik nového) k objevení příležitostí růstu?
- Big data. Jak pomocí datových analýz objevit nové tržby?

2. Generování tržních inovací

- Tržní strategie růstu. Jak objevit prostor na trhu pro exponenciální růst? Jak zvýšit tržby penetrací existujícího trhu, expanzí na nové trhy, jak objevit ještě neexistující trhy?
- 3D prohledávání trhu. 3D model prohledávání trhu pro generování tržních příležitostí.

3. Návrh tržní strategie

- Návrh tržní strategie. Tržní cíle, cílový trh, eskalace v prostoru a čase. Síťové tržní strategie, digitální ekosystém.
- Formulace požadavků cílového trhu.

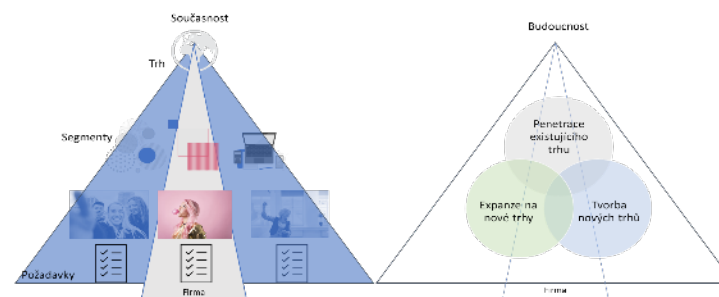
4. Přemostění na produktovou strategii

- Přemostění tržní strategie na produktovou strategii. Jak přemostit požadavky cílového trhu do produktové strategie?

5. Případová studie – Česká Zbrojovka – Inovace malorážek a úspěch na globálním trhu

Metody a nástroje

1. Metoda – Target market, Market Innovation tools - market penetration, market expansion, market creation – náš účinný nástroj pro tržní inovace
2. Metoda – Vertikální a laterální model trhu
3. Metoda - 3D – Trhy/odvětví – business model – zákazník
4. Metoda – Metody kvantitativní a kvalitativní analýzy trhu, Pareto analysis, Cluster analysis
5. Metoda - Market canvas
6. Metoda – Quality Function Deployment
7. Metoda – Ansoff matrix



2. DEN: PRODUKTOVÉ INOVACE



Jak inovovat hodnotovou nabídkou pro zákazníky

1. Měření hodnotové nabídky

- Jak hodnotit a jak interpretovat existující hodnotovou nabídku firmy a konkurence pro účely inovace?

2. Generování inovací hodnotové nabídky

- Které existující užítky a jak maximalizovat?
- Jaké nové užítky integrovat do produktu a jak je objevit?
- Které zcela nové užítky a jak je objevit?
- Nová generace produktu. Jak predikovat správnou novou generaci produktu?
- Nové produktové kategorie. Jaké a jak objevit nové produktové kategorie?
- Platformy a síťové produkty. Od produktů k platformám (produktové, business, odvětvové) a síťových produktům.
- Produkty dle formy (komodita, produkt, řešení, služby, co – business) a jejich inovace.
- Produkty dle odvětví (B2C, B2B, B2Makers, C2C, fyzický vs. digitální produkt, inverzní produkty...)
- Kustomizace hodnotové nabídky/globální standard, varieta, kustomizace zákazníkem, produkty na míru.
- Odlišnost hodnotové nabídky. Které užítky budou konkurenční výhodou, v konkurenční shodě, v konkurenčně nevýhodě?

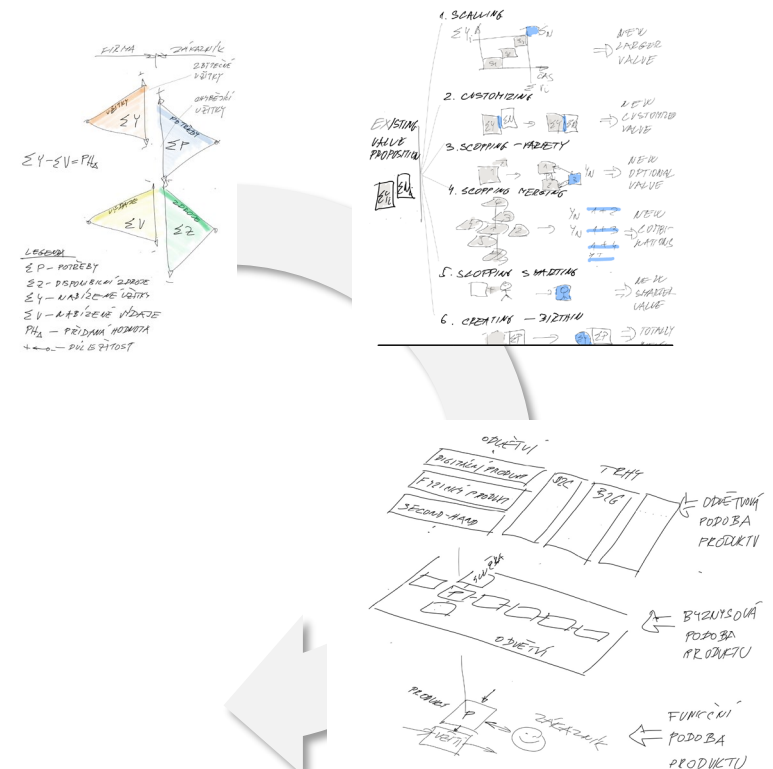
3. Návrh inovované hodnotové nabídky a nové produktové strategie

4. Přemostění na konstrukci a procesy

5. Případová studie – ACO Industries – Hygienické žlaby

Metody a nástroje

1. Metoda – Value innovation



3. DEN: DESIGNOVÉ INOVACE



Jak udělat inovace proveditelné?

1. Produkt jako technický systém (nadsystém, systém, subsystemy, struktura, chování, interakce s okolím)

- Jak správně mapovat konstrukční a technologické řešení na trhu
- Jak využít patentů pro inspiraci, minimalizaci rizika kolize

2. Generování konstrukčních inovací

- Jak generovat generačně nový konstrukční koncept nového produktu
- Jak generovat principiální a odvozené konstrukční varianty

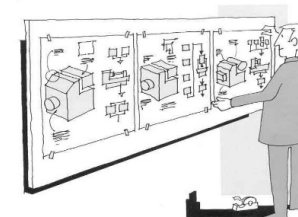
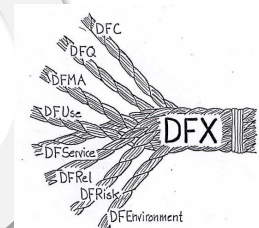
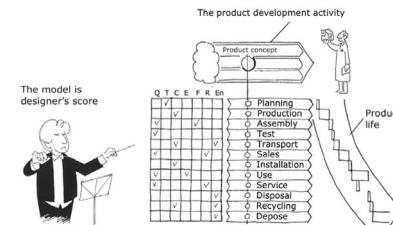
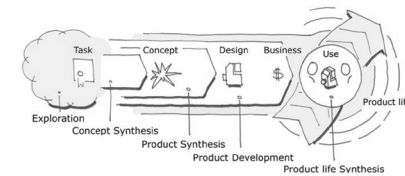
3. Generování inovace procesů

- Simultánní konstruování produktu a procesů
- Jak navrhovat kompaktní, velmi úsporné konstrukční řešení produktu
- Jak využívat principy modularity a platformizace pro zvýšení kustomizace, zvýšení reakční flexibility a snížení nákladů

4. Kompozice nové konstrukce a nových procesů

5. Případová studie – ACO Industries – Lídrem na globálním trhu díky inovaci

Metody a nástroje



Nový produkt	Strategické koncepty: klíčová vlna				Nové koncepty: klíčová vlna		
	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Nový produkt	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení
Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení	Technická řešení

A NAVÍC PŘÍPADOVÉ STUDIE



**MODUL 1 – Tržní
inovace**

**MODUL 2 –
Produktové
inovace**

**MODUL 3 – Technické
a procesní inovace**



Case 1



Úspěch
inovace
malorážek na
globálním trhu

Eva Strakošová

Product director

Case 2



Lídr na
globálním trhu
díky inovaci
hygienického
žlabu

Ján Grznár

Product
management
manager

CO PŘINESL PŘÍSTUP PRODUCT INNOVATION V PRAXI?



CZUB je globální výrobce ručních zbraní s ambicí stát se světovou jednotkou. Pomáhali jsme s inovací nové generace celého portfolia malorážek určených pro globální trh. Nová generace malorážek se stala třetím nejprodávanějším produktem firmy.



Nákupní model	Procesní model	Konstrukční model	Platformový model	Produktový model	Tržní model
					
Řízený dodavatelský řetězec	Bylo potřeba zvýšení produktivity výrobního systému jako reakce na zvýšení prodejů	Unikátní konstrukce s několika technickými	Unikátní konfigurator propojí individuální zadání zákazníka, konstrukci a plánování výroby	Několik nej pro zákazníky: • Nejpreciznější ve své kategorii • Nejdelší udržitelnost přesnosti, spolehlivosti, životnosti • Nejširší nabídka na trhu, kustomizace na míru	CZUB realizovala strategii penetrace mainstream segmentu, expanze do prémiového segmentu a economy segmentu globálního trhu malorážek

PŘÍPADOVÁ STUDIE ACO INDUSTRIES



Aco Industries je lídrem na trhu odvodňovacích systémů. Pomáhali jsme s inovací hygienického odvodňovacího žlabu. Což pomohlo ACO stát se lídrem v prémiovém segmentu na globálním trhu.



Nákupní
model

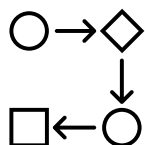
Procesní
model

Konstrukční
model

Platformový
model

Produktový
model

Tržní model



Integrace
dodavatelů do
inovace

Robotic -
oriented design.
Investice do
robotizované
svařovací linky

Jedinečná
konstrukce chráněná
světovým patentem

Unikátní
konfigurator propojí
individuální zadání
zákazníka,
konstrukci a
plánování výroby

Několik nej pro
zákazníky:

- Nejhygieničtější
- Nejčistitelnější
- Na míru

Světový lídr v
prémiovém segmentu
hygienických žlabů.
Nejlepší volba pro
potravinářské firmy.
Integrace zákazníků
do inovace

AKADEMIE JE URČENÁ PRO



- Chief Strategy Officers
- Chief Innovation Officers
- Product managers
- R&D managers
- Senior developers
- Senior designers
- Innovators
- Inventors



CENA ŠKOLENÍ A CENOVÁ ZVÝHODNĚNÍ



- PROGRAM PRODUCT INNOVATION ACADEMY:
 - Cena za celé školení – 3 dny (bez DPH)
 - 1 účastník 15 000,- Kč/os.
 - 2 účastníci 12 000,- Kč/os.
 - 3 účastníci 10 000,- Kč/os.
 - Cena zahrnuje metodiku a know-how, studijní materiály.
 - Cena nezahrnuje ubytování, obědy, večeře a dopravu účastníků.

PŘEHLED NÁVAZNÝCH ŠKOLENÍ



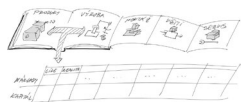
Absolvujte další navazující školení v r.2023

Product Cost Academy



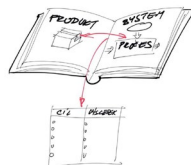
10 dnů

Product Innovation Academy Online



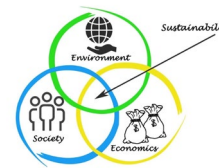
3 dny

Design for Assembly Academy



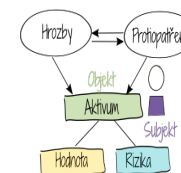
3 dny

Design to Sustainability



3 dny

Risk management

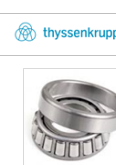


3 dny

NAŠE REFERENCE



Různá odvětví

	Energetika	High – tech	Hygiena	Zdravotnictví	Elektro	Stavební stroje	Doprava	Zbraně	Zboží	Nábytek
System										
Subsystem										
Prvek										
										



Ing. Ján Chal'

jan.chal@integratedconsulting.cz

SLUŽBY / KOMPETENCE

- Inovace produktů a služeb – projekty
- Firemní inovační systémy – projekty
- New product development - projekty
- Design for Cost - projekty
- Design for Cost Akademie - školení

Hlavní zaměření Jána jsou produktové inovace, zvyšování výkonnosti procesu vývoje nových produktů, zavádění inovačního procesu do firem, snižování přímých nákladů na produkty, navrhování portfolia produktů z hlediska kustomizace, nákladů pomocí platformizace a modularity.

Ján rovněž realizuje školení v oblasti Design for Cost.

Studoval Strojní fakultu STU Bratislava. Absolvoval studijní pobyty na Salford University (UK), TU of Denmark a FH Coburg. Působil na WOIS Institute v Coburgu. Je spoluautorem 5 mezinárodních patentů firmy Beiersdorf AG.

POZICE

Senior konzultant ICG-Capability

PROJEKTY / ŠKOLENÍ

Borcad, Ammann, Česká zbrojovka, ACO, Meopta, Preciosa, Raiffeisenbank, Česká spořitelna, PSL (SK), Sauer Danfoss (SK), Panasonic (SK,) SOLIDpower (IT), TESA (DE), Bruker (DE), Linet (CZ)



O nás: Integrated Consulting Group



O NÁS

Jsme konzultační společnost působící v 12 zemích Evropy s více než 40 lety zkušeností. Zaměřujeme se na procesní zlepšování metodikou Lean Six Sigma, firemní inovace a řízení změn. Naším klientům doručujeme jednotlivé projekty, školení i kombinované programy v servisních i výrobních organizacích. Náš přínos chápeme v doručení konkrétních výsledků a přenesení našich znalostí na stranu klienta tak, aby získané zkušenosti mohl dále využívat.

140

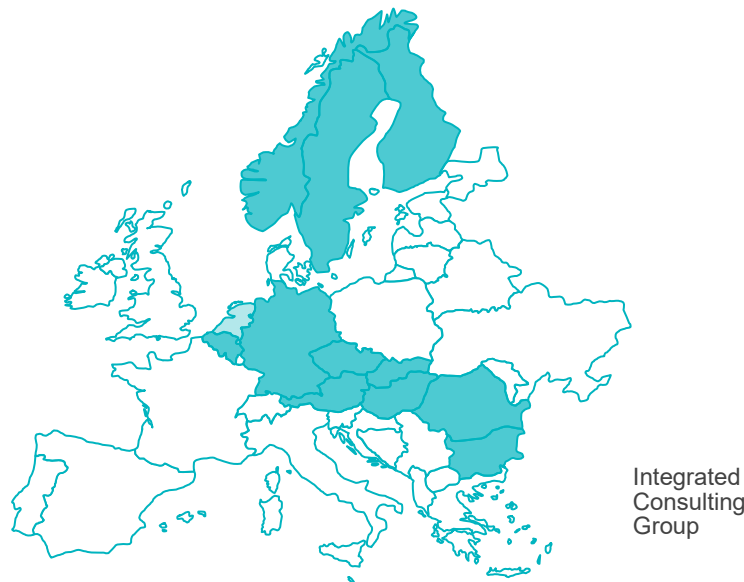
KONZULTANTŮ

12

ZEMÍ

40

LET ZKUŠENOSTÍ



7 hodnot naší společnosti

1. Zákazník je pro nás vždy na prvním místě. Budujeme dlouhodobý vztah založený na důvěře.
2. Doručujeme více než zákazník očekává.
3. Zavazujeme se k výsledkům. Jsme odměňováni za dodanou hodnotu.
4. Plně se přizpůsobujeme konkrétním potřebám a požadavkům klienta.
5. Pozitivní zpětná vazba od zákazníka je pro nás hlavním ukazatelem úspěchu.
6. Cokoliv děláme, chceme dělat jako nejlepší ve svém oboru.
7. Děláme, co nás baví, a chceme, aby to bavilo i Vás.

Globální
partnerství





Your Partner in Change.

T : +420 775 012 859

office@integratedconsulting.cz

www.integratedconsulting.cz

Graz, Berlin, Bratislava, Brussels, Budapest, Bucharest,
Helsinki, Prague, Sofia, Vienna