

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Πώς λειτουργεί το μοντέλο Kano

- Αν τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος δεν διαθέτουν τα βασικά γνωρίσματα, τότε τα επίπεδα ικανοποίησης είναι πολύ χαμηλά. Ωστόσο, ακόμα κι αν προσφέρετε όλα τα βασικά γνωρίσματα, οι πελάτες σας δεν θα εντυπωσιαστούν.
- Τα περισσότερα προϊόντα ανταγωνίζονται στα αποδοτικά γνωρίσματα, όπου ο καταναλωτής συγκρίνει τα προϊόντα μεταξύ τους και επιλέγει βάσει των διαθέσιμων χαρακτηριστικών τους.
- Σε αυτή τη διαδικασία όμως, μπορεί να ανακαλύψει ένα γνώρισμα ενθουσιασμού που αυξάνει πολύ την ικανοποίηση, ακόμα κι αν αυτό καθ' αυτό δεν είναι τέλειο. Τα γνωρίσματα ενθουσιασμού αποτελούν πολύ καλή επένδυση, ακριβώς γιατί δεν χρειάζεται να είναι πολλά για να επιτύχετε υψηλά επίπεδα ικανοποίησης.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Πώς να χρησιμοποιήσετε το μοντέλο Kano

- Προτού εφαρμόσετε την ανάλυση της μεθόδου Kano, βεβαιωθείτε ότι έχετε μάθει τι εκτιμούν πραγματικά οι πελάτες σας.
- Ποτέ μην υποθέτετε ότι ξέρετε ήδη. Ρωτήστε τους τι τους αρέσει και τι όχι. Προσεγγίζοντας τους πελάτες σας με έρευνες είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για να έχετε πάντα εικόνα πώς διαμορφώνονται οι προσδοκίες τους.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Πώς να χρησιμοποιήσετε το μοντέλο Kano

- Συγκεντρώστε όλα τα πιθανά χαρακτηριστικά και γνωρίσματα που θα μπορούσε να έχει το προϊόν ή η υπηρεσία που προσφέρετε.
- Ταξινομήστε τα στις τρεις προαναφερθείσες κατηγορίες (Βασικά, Αποδοτικά, Ενθουσιασμού) και προσθέστε και μία τέταρτη κατηγορία “Άσχετα”. Στην τέταρτη κατηγορία μπαίνουν τα γνωρίσματα που δεν έχουν καμία αξία διότι οι πελάτες αδιαφορούν γι’ αυτά.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Πώς να χρησιμοποιήσετε το μοντέλο Kano

- Εξασφαλίστε ότι το προϊόν ή η υπηρεσία σας έχει όλα τα βασικά γνωρίσματα, ακόμη κι αν αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να αφαιρέσετε κάποια από τα αποδοτικά γνωρίσματα.
- Αξιολογήστε τα γνωρίσματα ενθουσιασμού και σκεφτείτε πώς θα μπορούσατε να ενσωματώσετε κάποια από αυτά. Ξανά, αν είναι απαραίτητο, αφαιρέστε κάποια από τα αποδοτικά γνωρίσματα, έτσι ώστε να μπορέσετε να επενδύσετε στα γνωρίσματα ενθουσιασμού.
- Επιλέξτε τα αποδοτικά γνωρίσματα που μπορείτε να προσφέρετε σε ανταγωνιστική τιμή διατηρώντας πάντα ένα αποδεκτό περιθώριο κέρδους.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Πώς να χρησιμοποιήσετε το μοντέλο Kano



MANDATORY



Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

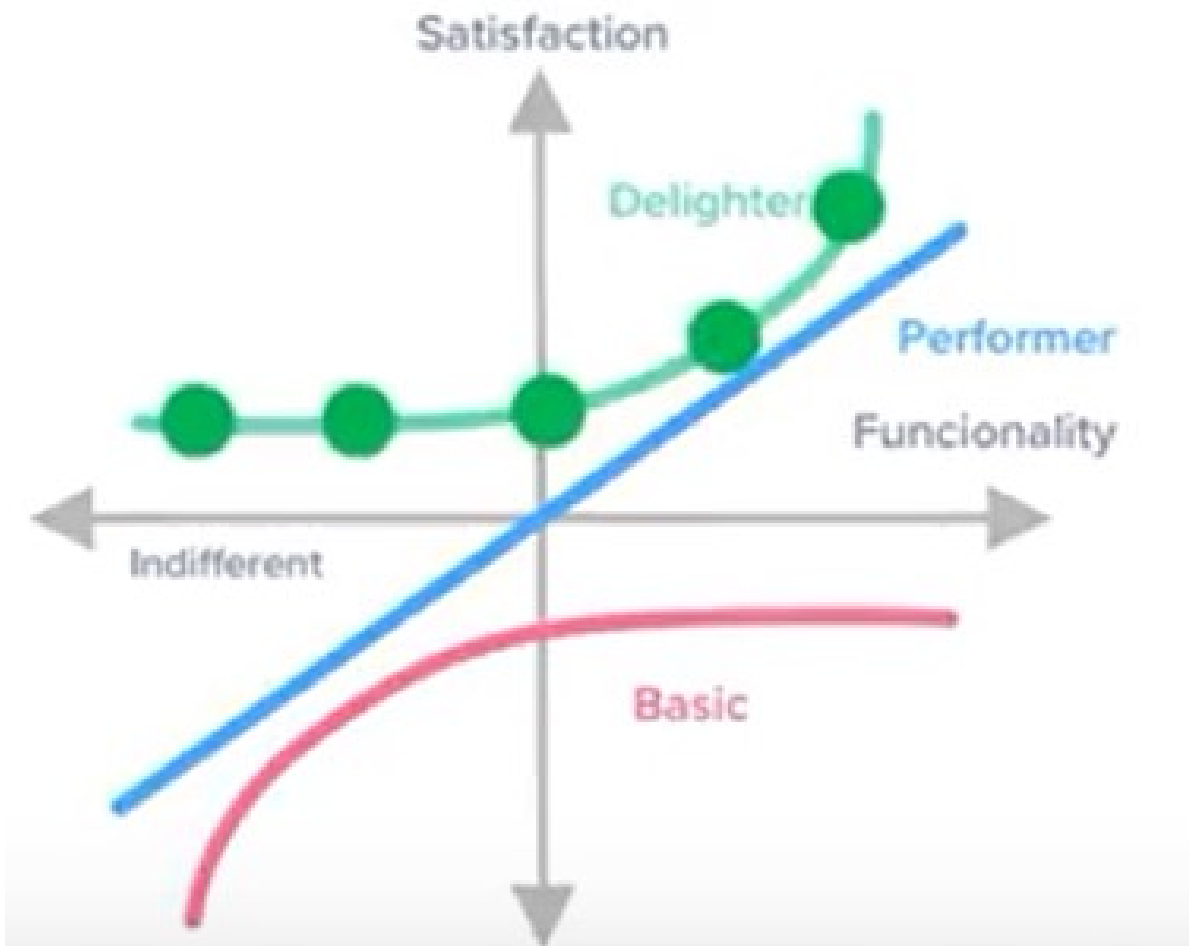


**ATTRACTIVE TO
CUSTOMERS**

**IMPROVE THE PRODUCTS
PERFORMANCE**

**DIFFERENTIATE IT
FROM COMPETITORS**

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)



**Customer
loyalty**

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Πώς να χρησιμοποιήσετε το μοντέλο Kano

Κατασκευή ενός e-shop

Βασικά Χαρακτηριστικά

- ✓ **Ασφαλής Πληρωμή:** Οι πελάτες περιμένουν ένα ασφαλές σύστημα πληρωμής. Η απουσία αυτού θα οδηγήσει σε δυσαρέσκεια.
- ✓ **Εύκολη Πλοήγηση:** Οι πελάτες περιμένουν έναν ιστότοπο που είναι εύκολος στην πλοήγηση.

Αποδοτικά Χαρακτηριστικά

- ✓ **Υποστήριξη Πελατών:** Είτε μέσω chat είτε μέσω τηλεφώνου, η ποιότητα της υποστήριξης μπορεί να οδηγήσει σε ικανοποίηση ή έκφραση δυσαρέσκειας
- ✓ **Ταχύτητα Φόρτωσης:** Οι πελάτες περιμένουν ταχεία φόρτωση των ιστοσελίδων.



Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Πώς να χρησιμοποιήσετε το μοντέλο Kano

Χαρακτηριστικά Ενθουσιασμού

- ✓ **Προσφορές/Εκπτώσεις:** Ειδικές προσφορές για νέους πελάτες ή για πολλαπλές αγορές.
- ✓ **Προσωποποιημένες Συστάσεις:** Βασισμένες στο ιστορικό αγορών, αυτές οι συστάσεις κάνουν την εμπειρία πιο προσωπική.

Άσχετα Χαρακτηριστικά

- ✓ **Χρώμα Ιστοσελίδας:** Ενώ κάποιοι πελάτες μπορεί να το βρουν ευχάριστο, γενικά δεν επηρεάζει την ικανοποίηση.

Χαρακτηριστικά Απόρριψης

- ✓ **Κρυφές Χρεώσεις:** Αυτό θα οδηγήσει σε άμεση δυσαρέσκεια και ίσως σε απώλεια του πελάτη.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

- Εφαρμογή μοντέλου Kanon



Χαρακτηριστικά Απόρριψης

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Βασικά Χαρακτηριστικά

- **Ασφάλεια και Υγιεινή:** Τα λουκάνικα πρέπει να είναι ασφαλή για κατανάλωση και να παράγονται σύμφωνα με αυστηρά πρότυπα υγιεινής. Οποιαδήποτε ζητήματα εδώ μπορούν να οδηγήσουν σε δυσαρέσκεια.
- **Γεύση:** Μια βασική προσδοκία είναι ότι τα λουκάνικα πρέπει να έχουν καλή γεύση. Εάν έχουν ήπια ή άσχημη γεύση, οι πελάτες θα είναι δυσαρεστημένοι.
- **Υφή:** Η υφή πρέπει να είναι κατάλληλη (όχι πολύ μασώμενη ή μαλακή). Μια κακή υφή μπορεί να οδηγήσει σε δυσαρέσκεια.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Αποδοτικά Χαρακτηριστικά

- **Ποιότητα Συστατικών:** Κρέατα υψηλότερης ποιότητας ή φυσικά συστατικά μπορούν να οδηγήσουν σε αυξημένη ικανοποίηση των πελατών.
- **Ποικιλία γεύσεων:** Η προσφορά μιας σειράς γεύσεων (π.χ. πικάντικη, καπνιστή, με βότανα) μπορεί να βελτιώσει την ικανοποίηση των πελατών.
- **Διατροφική Αξία:** Οι καταναλωτές που έχουν συνείδηση της υγείας μπορεί να προτιμούν λουκάνικα που είναι χαμηλότερα σε λιπαρά ή δεν περιέχουν συντηρητικά.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Χαρακτηριστικά Ενθουσιασμού

- **Μοναδικοί συνδυασμοί γεύσεων:** Η εισαγωγή απροσδόκητων γεύσεων (π.χ. μήλο και φασκόμηλο ή εξωτικά μπαχαρικά) μπορεί να ευχαριστήσει τους πελάτες.
- **Γκουρμέ επιλογές:** Ειδικά λουκάνικα που παρασκευάζονται με μοναδικές συνταγές ή προέρχονται από τοπικά αγροκτήματα μπορούν να δημιουργήσουν ενθουσιασμό.
- **Πρακτικές αιφφορίας:** Τα λουκάνικα που παρασκευάζονται από κρέας με ζώα που ζουν σε συνθήκες ευζωίας.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Άσχετα Χαρακτηριστικά

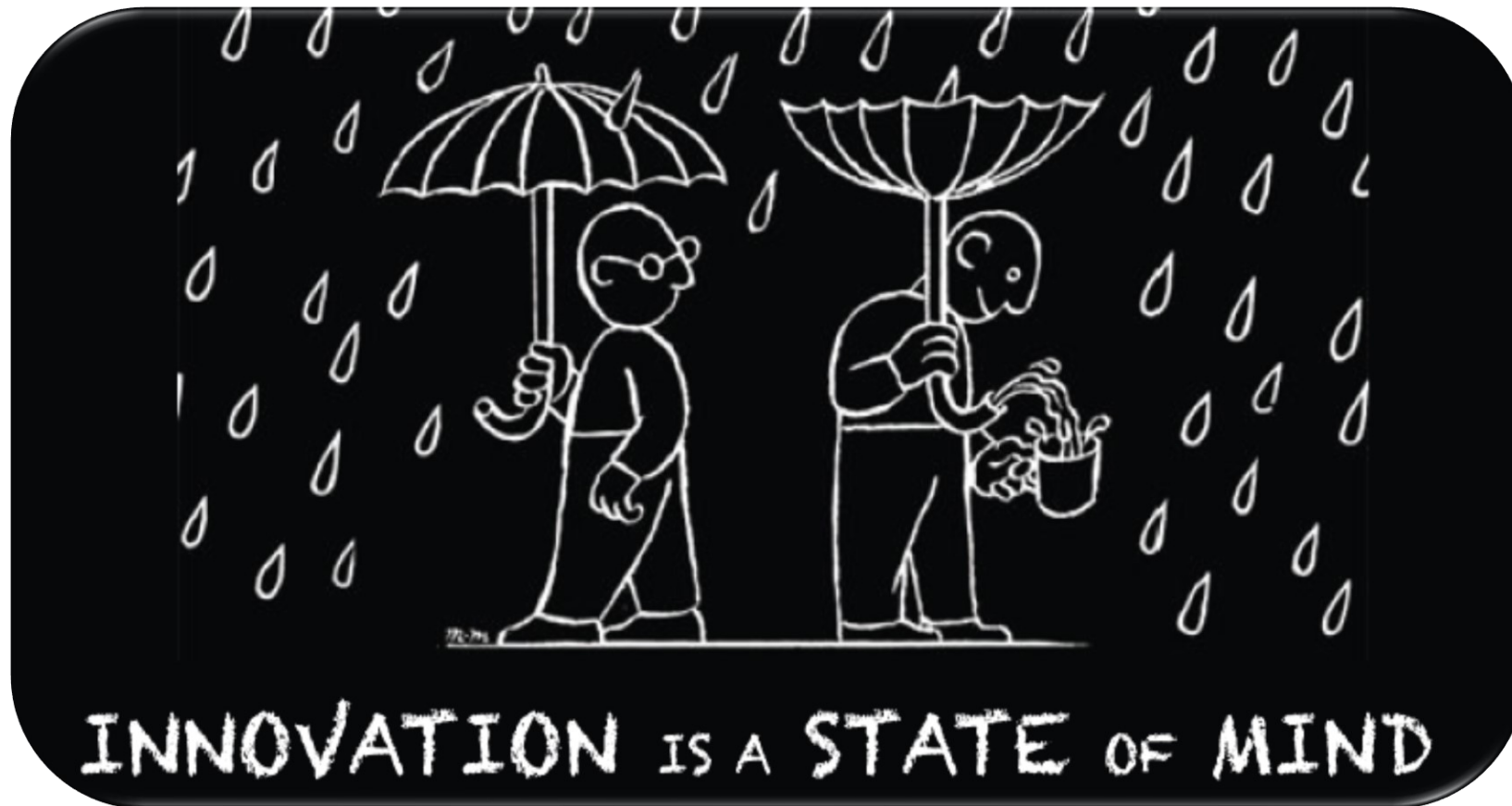
- **Σχεδιασμός συσκευασίας:** Ενώ η ελκυστική συσκευασία μπορεί να τραβήξει την προσοχή, μπορεί να μην επηρεάσει σημαντικά την ικανοποίηση εάν η ποιότητα του προϊόντος είναι χαμηλή.
- **Επωνυμία:** Ορισμένοι πελάτες ενδέχεται να μην είναι ιδιαίτερα πιστοί σε συγκεκριμένες μάρκες εάν το προϊόν δεν ανταποκρίνεται στις βασικές προσδοκίες τους.

Περιγραφή προϊόντος και χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)

Χαρακτηριστικά Απόρριψης

- **Υπερβολικά πρόσθετα ή συντηρητικά:** Μερικοί καταναλωτές μπορεί να προτιμούν λουκάνικα χωρίς τεχνητά συστατικά, οπότε η προσφορά προϊόντων με πάρα πολλά πρόσθετα θα μπορούσε να οδηγήσει σε δυσαρέσκεια

Περιγραφή προϊόντος και
χαρακτηριστικών/καινοτομίας (2-3 διαφάνειες)



Καινοτομία

- Η παγκόσμια βιομηχανία τροφίμων και ποτών εκτιμάται ότι αξίζει πάνω από 7 τρισεκατομμύρια δολάρια, με σημαντικούς παίκτες όπως η Nestlé, η PepsiCo, η Coca-Cola, η Unilever και η Danone.
- Ο κλάδος είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικός και εξελίσσεται ταχέως, με νέες εταιρείες και καινοτομίες να εισέρχονται συνεχώς στην αγορά. Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τομέας της καινοτομίας τροφίμων επίσης αναπτύσσεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια.
- Σύμφωνα με μια έκθεση της Research and Markets, η παγκόσμια αγορά καινοτομίας τροφίμων αναμένεται να φτάσει τα 729,5 δισεκατομμύρια δολάρια έως το 2026.

Καινοτομία

- Η καινοτομία είναι σημαντική για την επιτυχία πολλών επιχειρήσεων.
- Επιτρέπει στις εταιρείες να προσαρμόζονται στις αλλαγές της βιομηχανίας και να παραμένουν ανταγωνιστικές, γεγονός που μπορεί να τις βοηθήσει να επιτύχουν τους μακροπρόθεσμους στόχους τους.
- Η κατανόηση αυτής της έννοιας μπορεί να σας βοηθήσει να την εφαρμόσετε πιο αποτελεσματικά για να ωφελήσετε έναν οργανισμό.

Τι είναι καινοτομία;

- Η καινοτομία είναι η διαδικασία δημιουργίας νέων προϊόντων, υπηρεσιών, διαδικασιών και τεχνολογιών που παρέχουν αξία σε μια αγορά-στόχο.
- Συνήθως περιλαμβάνει την ανάπτυξη και την εφαρμογή νέων ιδεών για την προώθηση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων.
- Η καινοτομία επιτρέπει στις επιχειρήσεις να βρουν νέους τρόπους για την επίλυση προβλημάτων και τη δημιουργία νέων ευκαιριών, συχνά για την αύξηση των εσόδων.
- Είναι ένας ευρύς όρος που αναφέρεται σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και στρατηγικών που χρησιμοποιούν οι οργανισμοί για να συμβαδίσουν με το μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον και να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους.

Innovation matrix

- Μια μήτρα καινοτομίας είναι ένα στρατηγικό εργαλείο που μπορεί να βοηθήσει τους ηγέτες των επιχειρήσεων να εντοπίσουν και να δώσουν προτεραιότητα στις ευκαιρίες για καινοτομία στους οργανισμούς τους.
- Παρέχει ένα πλαίσιο για την ανάλυση και την αξιολόγηση πιθανών ευκαιριών, το οποίο μπορεί να τους βοηθήσει να επικεντρωθούν στην πιο ελπιδοφόρα προσέγγιση για την ανάπτυξη.
- Οι εταιρείες το χρησιμοποιούν επίσης για να αναπτύξουν μια κοινή κατανόηση της κατεύθυνσης και των στόχων μιας επιχείρησης και των στρατηγικών που σχεδιάζουν να χρησιμοποιήσουν για την επίτευξή τους. Αυτό βοηθά τα στελέχη και τους διευθυντές να διασφαλίσουν ότι οι αποφάσεις τους ευθυγραμμίζονται με τις στρατηγικές προτεραιότητες και τους στόχους του οργανισμού.

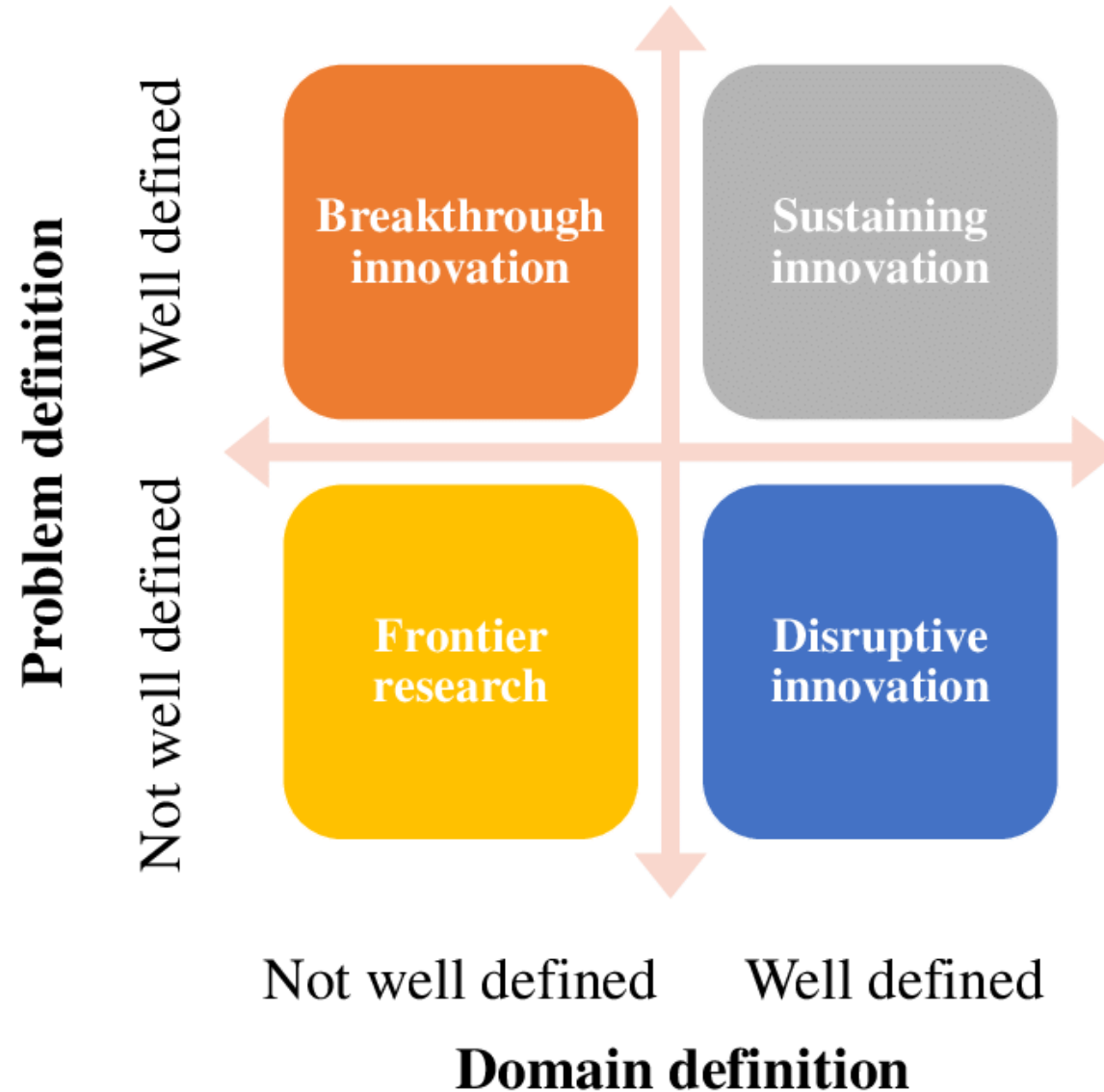
Σύνθεση μιας μήτρας καινοτομίας

- Η πιο κοινή δομή για μια μήτρα καινοτομίας είναι ένα πλέγμα δύο επί δύο με τέσσερα τμήματα και δύο άξονες.
- Τα τεταρτημόρια συχνά αντιπροσωπεύουν διάφορους τύπους καινοτομιών.
- Οι άξονες είναι παράμετροι που μετρούν τη θέση μιας συγκεκριμένης καινοτομίας στο δίκτυο, η οποία καθορίζει την πρόταση αξίας.
- Αυτοί καθοδηγούν τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων ενός οργανισμού στην επιλογή του τύπου καινοτομίας για μια συγκεκριμένη κατάσταση ή για την επίτευξη ενός στόχου.

Κλασική δομή μιας μήτρας καινοτομίας

- Ο κάθετος άξονας περιγράφει συχνά το πρόβλημα που λύνει μια καινοτομία, το οποίο μπορεί να είναι καλά καθορισμένο ή όχι.
- Ο οριζόντιος άξονας καθορίζει τον τομέα, υποδεικνύοντας εάν ο οργανισμός γνωρίζει ποιος ή τι μπορεί να αντιμετωπίσει το πρόβλημα.

Κλασική δομή μιας μήτρας καινοτομίας



Κλασική δομή μιας μήτρας καινοτομίας

Πρωτοποριακή καινοτομία

- Ενώ οι καινοτομίες σε αυτήν την ενότητα αντιμετωπίζουν ένα συγκεκριμένο ή καλά καθορισμένο πρόβλημα, ο τομέας δεν είναι καλά καθορισμένος, πράγμα που συνήθως σημαίνει ότι μια εταιρεία δυσκολεύεται να αναπτύξει λύσεις.
- Αυτό μπορεί να συμβεί όταν ένας οργανισμός χρησιμοποιεί την ίδια προσέγγιση και στρατηγικές και είναι επίσης συχνά ο λόγος που οι ανακαλύψεις προέρχονται από νεοσύστατες επιχειρήσεις που εξακολουθούν να είναι πρόθυμες να δοκιμάσουν νέες και διαφορετικές μεθόδους για να επιτύχουν τους στόχους τους.

Κλασική δομή μιας μήτρας καινοτομίας

Διατήρηση της καινοτομίας

- Αυτό είναι παρόμοιο με μια πρωτοποριακή καινοτομία, επειδή το πρόβλημα που αντιμετωπίζει είναι καλά καθορισμένο.
- Η διαφορά του είναι στο γεγονός ότι ο τομέας είναι επίσης καλά καθορισμένος, πράγμα που σημαίνει ότι ο οργανισμός γνωρίζει τη σωστή προσέγγιση για να φτάσει στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Κλασική δομή μιας μήτρας καινοτομίας

Έρευνα αιχμής

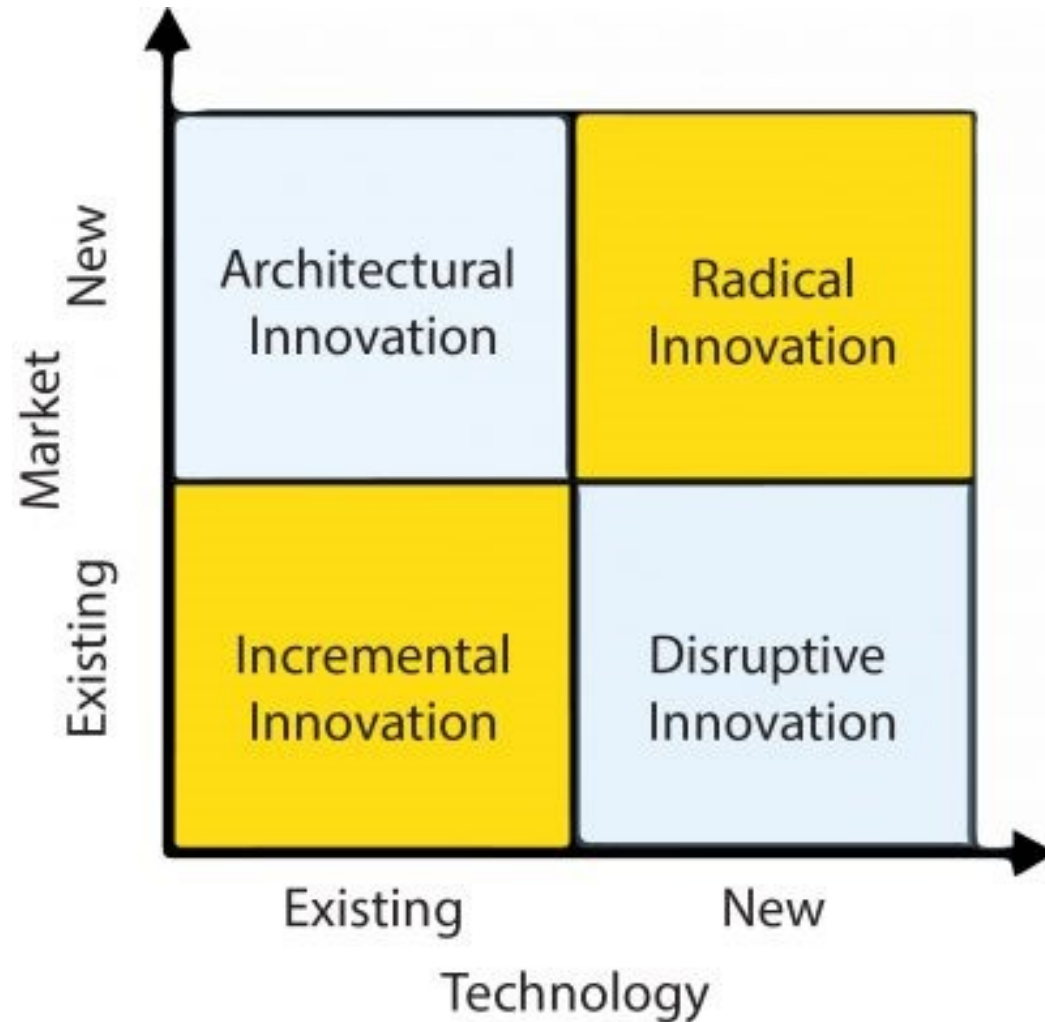
- Ενώ πολλοί άνθρωποι δεν το θεωρούν αυτό καινοτομία, εξακολουθεί να είναι το κλειδί για την επιδίωξη ανάπτυξης στις επιχειρήσεις, επειδή μπορεί να οδηγήσει σε νέες τεχνολογικές ανακαλύψεις που μπορεί να είναι χρήσιμες σε μια εταιρεία.
- Οι στρατηγικές σε αυτό το τεταρτημόριο είναι για περιπτώσεις όπου το πρόβλημα και ο τομέας δεν είναι καλά καθορισμένοι.

Κλασική δομή μιας μήτρας καινοτομίας

Ανατρεπτική καινοτομία

- Οι καινοτομίες με έναν καλά καθορισμένο τομέα και ένα πρόβλημα που δεν είναι καλά καθορισμένο. Αυτά συχνά οδηγούν σε επαναστατικά προϊόντα ή υπηρεσίες.

Άλλη έκδοση της μήτρας καινοτομίας



Άλλη έκδοση της μήτρας καινοτομίας

Αρχιτεκτονική καινοτομία

- Αυτό αναφέρεται σε καινοτομίες που χρησιμοποιούν την υπάρχουσα τεχνολογία και οι οποίες αποσκοπούν στην επίτευξη νέας αγοράς. Αυτά συχνά περιλαμβάνουν την προσαρμογή ενός προϊόντος που υπάρχει ήδη για να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις μιας ομάδας καταναλωτών που είναι διαφορετική από τους συνήθεις πελάτες τους.

Άλλη έκδοση της μήτρας καινοτομίας

Ριζική καινοτομία

- Ενώ αυτό στοχεύει επίσης στην επέκταση της πελατειακής βάσης της εταιρείας εισβάλλοντας σε μια νέα αγορά, η εφαρμογή της απαιτεί τη χρήση νέας ή επαναστατικής τεχνολογίας.

Άλλη έκδοση της μήτρας καινοτομίας

Αυξητική καινοτομία

- Οι καινοτομίες σε αυτό το τεταρτομόριο συνήθως αποτελούνται από μικρές βελτιώσεις που κορυφώνονται σε μια σημαντική αλλαγή για την εταιρεία.
- Αυτά στοχεύουν στην υφιστάμενη αγορά της επιχείρησης και κάνουν χρήση των υφιστάμενων τεχνολογιών στην υλοποίησή τους.

Άλλη έκδοση της μήτρας καινοτομίας

Ανατρεπτική καινοτομία

- Αυτός ο τύπος καινοτομίας συχνά περιγράφει την εισαγωγή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που χρησιμοποιεί νέα τεχνολογία σε μια υπάρχουσα αγορά.

Πώς να χρησιμοποιήσετε ένα matrix καινοτομίας;

- Μια μήτρα καινοτομίας επιτρέπει στις εταιρείες να καθορίσουν τις στρατηγικές καινοτομίας τους.
- Αυτό είναι σημαντικό επειδή τους βοηθά να κατευθύνουν τους πόρους τους στο είδος της καινοτομίας που τους ταιριάζει καλύτερα και μπορεί να έχει τον μεγαλύτερο αντίκτυπο στην απόδοσή τους.
- Ενώ αυτό το εργαλείο είναι επωφελές, η αποτελεσματικότητά του βασίζεται στη σωστή χρήση του.

Πώς να χρησιμοποιήσετε ένα matrix καινοτομίας;

1. Αποφασίστε για τη σύνθεση της μήτρας

- Οι μήτρες καινοτομίας διαφέρουν όσον αφορά την προοπτική που προσφέρουν και τα στοιχεία που χρησιμοποιούν για να κατηγοριοποιήσουν τις καινοτομίες.



EXAMPLE

Εάν εστιάζετε στην ανάπτυξη λύσεων για τους καταναλωτές, μπορεί να είναι καλή ιδέα να χρησιμοποιήσετε τη μήτρα με την αγορά και την τεχνολογία ως παραμέτρους.

Πώς να χρησιμοποιήσετε ένα matrix καινοτομίας;

2. Κατηγοριοποίηση στρατηγικών καινοτομίας

- Το επόμενο βήμα είναι να διευκολυνθεί μια ομαδική συζήτηση μεταξύ των μελών της ομάδας με στόχο την ανάπτυξη ενός καταλόγου στρατηγικών που μπορεί να χρησιμοποιήσει η εταιρεία για να καινοτομήσει.
- Μπορείτε να το κάνετε αυτό αυτοπροσώπως ή μέσω ενός διαδικτυακού εργαλείου συνεργασίας.

Πώς να χρησιμοποιήσετε ένα matrix καινοτομίας;

3. Επιλέξτε την καλύτερη στρατηγική

- Για να γίνει αυτό, χρησιμοποιήστε το matrix ως αναφορά, ενώ εξετάζουμε τους στόχους του οργανισμού και την ωριμότητα της καινοτομίας.
- Για παράδειγμα, εάν ο οργανισμός είναι μια startup, μπορεί να είναι μια καλή ιδέα να επικεντρωθείτε στην ανάπτυξη μιας λύσης για την αντιμετώπιση μιας συγκεκριμένης ανάγκης της αγοράς που άλλες εταιρείες δεν συναντούνται.
- Εάν ο οργανισμός είναι μια καθιερωμένη εταιρεία, μπορεί να θέλει να καινοτομήσει στις διαδικασίες της για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας.



EXAMPLE

3 κύριοι τύποι καινοτομίας

- Η σημασία της καινοτομίας στην ανάπτυξη μιας εταιρείας σημαίνει ότι οι οργανισμοί συχνά εργάζονται πάντα προς αυτήν.
- Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να επιτευχθεί αυτό και είναι σύνηθες για μια επιχείρηση να χρησιμοποιεί διάφορες καινοτόμες στρατηγικές στη διάρκεια της ζωής της.

3 κύριοι τύποι καινοτομίας

Καινοτομία προϊόντων

- Αυτός ο τύπος καινοτομίας περιλαμβάνει την ανάπτυξη νέων προϊόντων, υπηρεσιών ή τεχνολογιών.
- Αυτό συχνά σημαίνει να αναπτυχθούν νέες ιδέες και στη συνέχεια να υπολογίσουμε πώς να τις μετατρέψουν σε μια κερδοφόρα επιχειρηματική ιδέα.
- Ενώ αυτή η καινοτομία φέρνει τις δυνατότητες για μεγάλα κέρδη, μπορεί επίσης να είναι δύσκολο να επιτευχθεί επειδή απαιτεί κίνδυνο και πειραματισμό.

3 κύριοι τύποι καινοτομίας

- Ενώ αυτή η καινοτομία συνήθως σημαίνει την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος, μπορεί επίσης να σημαίνει τη βελτίωση ενός υπάρχοντος προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.
- Για να γίνει αυτό, οι εταιρείες μπορούν να προσθέσουν ένα νέο χαρακτηριστικό ή να τροποποιήσουν ένα υπάρχον. Η καινοτομία των προϊόντων μπορεί να βοηθήσει μια εταιρεία να συμβαδίσει με τις απαιτήσεις των πελατών της.
- Μπορεί επίσης να προσφέρει μια νέα ροή εσόδων ή μια ευκαιρία για την επιχείρηση να προσεγγίσει μια νέα ομάδα καταναλωτών.

3 κύριοι τύποι καινοτομίας

Καινοτομία των διαδικασιών

- Η εστίαση είναι στη βελτίωση των εσωτερικών λειτουργιών. Αυτό συχνά σημαίνει τη βελτίωση των υφιστάμενων διαδικασιών για να γίνουν πιο αποτελεσματικές και λιγότερο δαπανηρές.
- Ένα παράδειγμα είναι η αυτοματοποίηση μιας χειροκίνητης διαδικασίας με την υιοθέτηση της χρήσης νέου λογισμικού.
- Η καινοτομία των διαδικασιών μπορεί επίσης να περιλαμβάνει τη δημιουργία νέων διαδικασιών για την αντιμετώπιση των προβλημάτων στην τρέχουσα δομή.
- Αυτές οι στρατηγικές συχνά επικεντρώνονται σε μακροπρόθεσμους στόχους, πράγμα που σημαίνει ότι η εταιρεία μπορεί να μην αισθάνεται τον αντίκτυπο αυτού του τύπου καινοτομίας αμέσως.

3 κύριοι τύποι καινοτομίας

- Καινοτομία των διαδικασιών

- Η καινοτομία της διαδικασίας συμβαίνει συχνά όταν είναι απαραίτητο για μια επιχείρηση να ανταποκριθεί σε μια αλλαγή στον κλάδο.
- Συμβαίνει επίσης όταν μια εταιρεία προσπαθεί να συμβαδίσει με τον ανταγωνισμό ή τις προσδοκίες των πελατών.

3 κύριοι τύποι καινοτομίας

Καινοτομία των διαδικασιών

- Για παράδειγμα, ένα εστιατόριο γρήγορου φαγητού μπορεί να χρησιμοποιήσει την καινοτομία διαδικασιών για να μειώσει το χρόνο που χρειάζεται για να προετοιμάσει το φαγητό, το οποίο μπορεί να βελτιώσει την ικανοποίηση των πελατών, να επεκτείνει την πελατειακή του βάση και να αυξήσει τις πωλήσεις του.



3 κύριοι τύποι καινοτομίας

Επιχειρηματική καινοτομία

- Αυτή είναι η διαδικασία αλλαγής των θεμελιωδών τρόπων με τους οποίους μια εταιρεία λειτουργεί για να εξυπηρετήσει καλύτερα τις αγορές και τα ενδιαφερόμενα μέρη.
- Συχνά περιλαμβάνει την ανάπτυξη ενός νέου επιχειρηματικού μοντέλου, το οποίο είναι ο τρόπος με τον οποίο μια επιχείρηση παράγει έσοδα.
- Καινοτομία σε αυτή την περιοχή συχνά σημαίνει διακοπή ή αντικατάσταση του βασικού προϊόντος ή εξυπηρέτησης που προσφέρει μια εταιρεία ή αλλαγή του τρόπου με τον οποίο παραδίδει τα προϊόντα στους πελάτες.

3 κύριοι τύποι καινοτομίας

Επιχειρηματική καινοτομία

- Μπορεί επίσης να σηματοδοτήσει οργανωτικές αλλαγές, όπως η μετάβαση σε άλλη επιχειρηματική δομή ή ο επαναπροσδιορίζοντας τους ρόλους και τις ευθύνες των εργαζομένων.
- Ο στόχος της καινοτομίας των επιχειρηματικών μοντέλων είναι να καθοριστεί ένας τρόπος παροχής αξίας στους πελάτες, διατηρώντας ή αυξάνοντας την κερδοφορία των επιχειρήσεων.
- Επειδή απαιτεί μια στροφή στις δραστηριότητες της εταιρείας, μπορεί να είναι προκλητική και μπορεί να απαιτήσει πολύ χρόνο και πόρους για να εφαρμοστεί.
- Είναι ζωτικής σημασίας για έναν οργανισμό που εργάζεται για την καινοτομία του επιχειρηματικού μοντέλου να είναι ευέλικτος για να προσαρμοστεί στις αλλαγές που μπορεί να προκύψουν από αυτόν.

Παραδείγματα καινοτομίας στην πράξη

- Εισαγωγή αισθητήρων και εργαλείων ανάλυσης δεδομένων για τη βελτίωση της παραγωγικότητας, της ποιότητας και της ασφάλειας.
- Τεχνητή νοημοσύνη βελτιστοποιεί και αυτοματοποιεί τη λήψη αποφάσεων στις διαδικασίες επεξεργασίας τροφίμων.

Υγεία-ευζωία & Ψηψιοποίηση

- Τακτική επιδιόρθωση και ενημέρωση του λογισμικού για την αντιμετώπιση των ευπαθειών και εφαρμογή συστημάτων προγραμματισμού επιχειρησιακών πόρων (ERP), τα οποία εγγυώνται την ασφάλεια και την ακεραιότητα των δεδομένων και της χρήσης τους.



Παραδείγματα καινοτομίας στην πράξη

- Βιοδιασπώμενες συσκευασίες και λειτουργικά τρόφιμα.
- Τσιπούρα ποτισμένη με ούζο ή τσίπουρο.
- Σαλάμι αέρος εμποτισμένο με πολυφαινόλες ελιάς.
- Ειδικό γιαούρτι που μειώνει τις χοληστερόλες.

Παραδείγματα καινοτομίας στην πράξη

- Χρήση τεχνολογιών αιχμής, όπως η τρισδιάστατη εκτύπωση και η ζύμωση ακριβείας.
- Η ανάπτυξη εναλλακτικών πρωτεϊνών. Η ζήτηση για πρωτεΐνη αυξάνεται παγκοσμίως και υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για εναλλακτικές πηγές πρωτεϊνών, όπως φυτικής προέλευσης, φυκιών και εντόμων.
- Η κυκλική οικονομία είναι ένα οικονομικό μοντέλο που στοχεύει στην ελαχιστοποίηση της σπατάλης και στη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικής χρήσης των πόρων.

Παραδείγματα καινοτομίας στην πράξη

- Νιτσιάκος: χρησιμοποιεί μεθόδους εξοικονόμησης ενέργειας, βιολογικό καθαρισμό.
- Ο κ. Σαράντης: “Το 1990 ήταν πολύ λίγες επιχειρήσεις που χρησιμοποιούσαν υπολογιστές οι περισσότεροι αυτοματισμοί ήταν ηλεκτρικοί. Το 2000 πολύ λίγες οι εταιρείες που δεν έχουν ηλεκτρονικούς υπολογιστές στα μηχανήματα. Το 2010 λίγα εργοστάσια δεν έχουν controlroom. Και σήμερα γίνεται η ψηφιοποίηση της παραγωγής και όλα αυτά δίνουν ασφάλεια στην παραγωγή του προϊόντος, βοηθούν την ιχνηλασιμότητα, να εντοπιστεί που έγινε λάθος και να διορθωθεί”

Παραδείγματα καινοτομίας στην πράξη

- Οι ΗΠΑ φιλοξενούν πολλές καινοτόμες εταιρείες τροφίμων, συμπεριλαμβανομένων των Beyond Meat, Impossible Foods και Memphis Meats, οι οποίες αναπτύσσουν εναλλακτικές λύσεις κρέατος με βάση τα φυτά και τα κύτταρα.
- Ιάπωνες ερευνητές εργάζονται για την ανάπτυξη βοείου κρέατος wagyu που καλλιεργείται στο εργαστήριο και εταιρείες όπως η Mitsubishi Chemical αναπτύσσουν εναλλακτικές λύσεις κρέατος με βάση τα φυτά. Οι προκλήσεις στην Ιαπωνία περιλαμβάνουν την αντιμετώπιση της γήρανσης του πληθυσμού και της συρρίκνωσης του εργατικού δυναμικού στον τομέα της γεωργίας.

Ανάγκες → Πυραμίδα Maslow

- Σύμφωνα με τον ανθρωπιστή ψυχολόγο **Abraham Maslow**, οι ενέργειές μας ωθούνται από συγκεκριμένα κίνητρα με σκοπό να ικανοποιηθούν ορισμένες ανάγκες.
- Το 1943 παρουσίασε στο ευρύ κοινό την έννοια της ιεράρχησης των ανθρώπινων αναγκών.
- Η ερευνητική εργασία, την οποία εκπόνησε το ίδιο έτος, περιείχε την πασίγνωστη πυραμίδα του Maslow.

Ανάγκες → Πυραμίδα Maslow



ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΤΑ MASLOW

Τι είναι ακριβώς η πυραμίδα του Maslow;

- Ο Maslow δημιούργησε μία **κλίμακα αναγκών**, που μετέπειτα έγινε γνωστή ως η *πυραμίδα των αναγκών* ή αλλιώς *πυραμίδα του Maslow*.
- Η ιεράρχηση των αναγκών αυτών απεικονίζεται με το ανάλογο τριγωνικό σχήμα. Στα κατώτερα τμήματα της βρίσκουμε τις βασικότερες ανάγκες, ενώ στα υψηλότερα τις πιο σύνθετες και απαιτητικές.
- Με άλλα λόγια, στο πρώτο επίπεδο συναντώνται οι **βιολογικές ανάγκες** του ανθρώπου. Χαρακτηρίζονται **απαραίτητες για την ζωή και την ομαλή του διαβίωση**, όπως είναι για παράδειγμα η ανάγκη για τροφή και νερό.

Τι είναι ακριβώς η πυραμίδα του Maslow;

- Από την στιγμή που το άτομο **ικανοποιεί** τις συγκεκριμένες ανάγκες, προχωράει προς το **επόμενο επίπεδο αναγκών**. Η “κίνηση” προς την **κορυφή** δηλώνει πως οι ανάγκες των ανθρώπων γίνονται περισσότερο **ψυχολογικές** και **κοινωνικές** παρά **σωματικές**.

Δομή της πυραμίδας

- Στην ιεραρχική Πυραμίδα του Maslow υπάρχουν **πέντε** τύποι αναγκών:

1.Βιολογικές ανάγκες: Σε αυτή την κατηγορία βρίσκονται οι πλέον **βασικές** που καθίστανται απαραίτητες για την ανθρώπινη **επιβίωση**. Τέτοιες είναι η ανάγκη για *νερό, αέρα, ύπνο, τροφή και θέρμανση*. Ο Maslow τις τοποθέτησε στην βάση της πυραμίδας, καθώς τις θεωρούσε απαραίτητη προϋπόθεση για την ικανοποίηση των υπολοίπων αναγκών.

Δομή της πυραμίδας

2. Ανάγκες ασφάλειας: Αυτή η κατηγορία συνυφάινεται με την επιθυμία του ατόμου να νιώθει **ασφαλής** και **προστατευμένος**. Οι συγκεκριμένες ανάγκες είναι εξαιρετικά σημαντικές για την επιβίωση του ατόμου. Τίθενται όμως σε δεύτερη μοίρα, εάν συγκριθούν με τις προηγούμενες βιολογικές ανάγκες.

Δομή της πυραμίδας

3. Κοινωνικές ανάγκες: Σε αυτό το επίπεδο της πυραμίδας βρίσκουμε τις ανάγκες που καλύπτουν την επιθυμία για **κοινωνικές επαφές, συναναστροφή και αποδοχή**. Ο άνθρωπος αποτελεί ένα κοινωνικό ον και επομένως έχει ανάγκη να νιώθει αποδεκτός, να ανήκει σε ομάδες, να δέχεται και να προσφέρει αγάπη.

Δομή της πυραμίδας

4. Ανάγκες αυτοεκτίμησης: Οι ανάγκες αυτές ακολουθούν τα τρία πρώτα επίπεδα από την πυραμίδα του Maslow. Στο επίπεδο αυτό ο άνθρωπος επιζητά την **αναγνώριση, την δημιουργία φήμης και την αυτοεκτίμηση**. Πλέον, επιδιώκει να έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στη ζωή του, έχοντας τις δικές του ιδέες και “πιστεύω”.

Δομή της πυραμίδας

5. Ανάγκες αυτοπραγμάτωσης: Πρόκειται για το υψηλότερο επίπεδο στην ιεράρχηση των αναγκών του Abraham Maslow. Οι ανάγκες αυτής της κατηγορίας σχετίζονται με την **ολοκλήρωση της προσωπικότητας του ανθρώπου**, ώστε να γίνει αυτό που ονειρεύεται.

Παρατηρήσεις για την πυραμίδα των αναγκών του Maslow

- Βέβαια, υπάρχουν **ορισμένες παρατηρήσεις** ως προς τη δομή της πυραμίδας. Ο Abraham Maslow έχει παραδεχτεί πως η ικανοποίηση μιας ανάγκης **δεν μας οδηγεί πάντα** στην ικανοποίηση της επόμενης. Υπάρχει η πιθανότητα ο άνθρωπος να συνεχίσει να ικανοποιεί την συγκεκριμένη ανάγκη **χωρίς να νιώθει το αίσθημα του κορεσμού**.
- Επιπρόσθετα, είναι πιθανό, *κάποιος να σταματήσει την προσπάθεια για ικανοποίηση μιας ανάγκης του*. Αυτό μπορεί να συμβεί, καθώς νιώθει πως δεν έχει ελπίδες να την ικανοποιήσει και έτσι στρέφεται σε μία άλλη. Ωστόσο, η κάλυψη των αναγκών του ατόμου δεν προσδιορίζεται αμιγώς από το ίδιο, αλλά και από το **περιβάλλον** του.

Σας ευχαριστώ πολύ για την προσοχή σας!!!



Στοιχεία επικοινωνίας:
spimaria1@gmail.com