Corporate Innovation

Umsetzung von Corporate Innovation in FMCG

Case Study

Herausforderung

Ein großes FMCG-Unternehmen beschloss, einige ausgewählte Teams mit der Lean-Startup-Methode vertraut zu machen. Dies sollte durch die Teilnahme an 2-tägigen Workshops, sowie von einer Reihe von Design Sprints erfolgen.

Diese Teams sammelten Erfahrungen aus erster Hand, die die sie durch interne Evangelisierung in ihren jeweiligen Abteilungen und im gesamten Unternehmen verbreiteten.

Sie lernten, wie man wie man kundenorientiert handelt, wie man die Ideen wieder zum Leben erweckt, die bisher im Regal verstaubt waren und wie sie gemeinsam mit ihren Kunden neue Ideen entwickeln können.

Zwei von von drei Konzepten erwiesen sich als nicht realisierbar, was der Organisation viel Zeit, Mühe und Geld erspart.

Hintergrund

Der bewährte Weg zur Innovation ist der Kauf vielversprechender kleinerer Unternehmen in ihrem jeweiligen Bereich. Dieser Weg wird jedoch immer teurer.

Diese Großeinkäufe müssen dann in das Unternehmen integriert werden. Die Verschmelzung zweier grundverschiedener Unternehmenskulturen ist keine leichte Aufgabe.

Die Unternehmen haben erkannt, dass sie ihre eigenen neuen Produkte, Dienstleistungen und Unternehmungen validieren und auf den Markt bringen müssen.

Lösung

Die Teams arbeiteten an der Entwicklung und Innovation von “Denkweise, Fähigkeiten und Instrumenten”. Das betreffende Unternehmen testete die Durchführbarkeit, Machbarkeit und Attraktivität neuer Unternehmungen und Geschäftsmodelle ohne große Vorabinvestitionen. Dabei entdeckten sie neue Zielgruppen und Marktpotenziale in zwei Ländern. In der zweiten Workshop-Runde formulierte das Unternehmen einen übergreifenden Innovationsgrundsatz. Dadurch wurden interne Reibungspotentiale beseitigt, die Zustimmung des Managements sichergestellt und “Spielregeln” für künftige Innovationsbemühungen aufgestellt.

Effizienzsteigferung

66%

66% von bestehenden Konzepten als ungültig erklärt

Wissenstransfer

4

Im Durchschnitt wurde an 4 Kollegen Wissen übertragen

Mitarbeiter Zufriedenheit

85%

85% der Mitarbeiter bevorzugen den neuen Innovations-Prozess

active-agile.com
info@active-agile.com

active agile