



Kako osmisliti uspješan inovacijski projekt u strateškom udruživanju



John Lodder

Inovacija se u cijelosti temelji na kooperaciji i povjerenju, a većina tvrtki više nije u stanju samostalno ulagati u inovacije. 1998. Yves Doz i Gary Hamel napisali su: "Nijedna tvrtka to ne može sama učiniti" u uvodnoj rečenici svoje knjige "Prednost udruživanja". Ovo vrijedi danas više nego ikada. Današnje se tvrtke baziraju na umreženosti i kooperaciji, kako između različitih odjela unutar iste tvrtke, tako i s raznim drugim tvrtkama.

U ovom ću vam članku navesti pet čimbenika koji su važni za uspješnu kooperaciju na inovacijama s drugim tvrtkama i nekoliko primjera uspješnih inovacijskih projekata u kojima po nekoliko tvrtki uspješno surađuje. Otkako su Doz i Hamel napisali "Prednost udruživanja", mnogo se toga dogodilo na globalnom tržištu. Komunikacijske tehnologije su putem Interneta povećale dostupnost, a svijet je manji nego ikada.

Kina je danas u virtualnom susjedstvu. Sve te promjene zajedno donose novu konkurentnost i nove mogućnosti koje većina nije ni očekivala prije 3-5 godina.

Amazon.com je primjer organizacije koja je spojila ove nove mogućnosti i neočekivano postala prijatelj lokalnim tvrtkama. Razni knjižari diljem svijeta nisu dugo vremena Amazon smatra-

li konkurencijom. Jeff Bezos je 'stvorio, kupio i udružio' te danas Amazon ne prodaje samo knjige, već je globalna online trgovina na malo sa širokom ponudom, te na raznim područjima predstavlja konkurenciju mnogim tvrtkama.

Kao što je Richard Branson rekao: "Neki manageri vide što se dogodilo, neki manageri pokreću događanja, a neki se manageri još uvijek pitaju što se to dogodilo."

Zašto biste pristupili strateškoj udruzi?

U osnovi postoje tri razloga ako želite da vam posao i dalje raste:

1. Transfer znanja ili razvoj proizvodnje: vi nemate znanje da proizvedete nešto novo a potencijalni partner ima znanje koje vam nedostaje. Philips i Sara Lee uspjeli su ubaciti stroj za kavu (domena Philipsa) na tržište uz Senseo coffee (domena Sare Lee).

2. Razvoj tržišta: Pepsi Cola i Starbucks su se udružili kako bi, za oboje, stvorili posve novo tržište

Što je strateško udruživanje?

Strateško je udruživanje strateška kooperacija između dvije ili više organizacija kako bi se postigao cilj kojeg jedna od strana ne može (lako) postići sama. (Peter Simoons)

Većina tvrtki više ne može samostalno ulagati u inovacije pa se postavlja pitanje: "Kako ostvariti uspješnu strategiju rasta? Trebamo li proizvoditi, kupovati ili se udružiti?"

Opcija "udruživanja" je sad za

većinu tvrtki (posebno za one male) najbolji izbor.

Strateško se udruživanje fokusira na dugoročnost i partneri će pridonijeti dijelom svojih resursa kako bi se ostvario uspjeh, te će zauzvrat dobiti dio kontrole i benefita u udruzi.

Kooperacija s drugim tvrtkama

Kooperacija s drugim tvrtkama ovih je dana važna točka na dnevnom redu upravnih odbora.

na koje će plasirati hladna flaširana pića na bazi kave. Pojedinačno ne bi u tome uspjeli.

3. Učinkovitost: fokusirajući se na smanjenje troškova i povećanje učinkovitosti Rolls Royceov odjel za mlazne motore udružio se s nekoliko logističkih partnera kako bi povećao vrijednost za klijente Rolls Roycea. Više se nisu fokusirali na najjeftinijeg dobavljača, već na iskustva klijenata. Partneri su također poticali na kooperaciju kako bi optimizirali cjelokupni sustav, a ne samo svaki sebe pojedinačno. Svaki je pojedini partner povećao promet i profit.