

osaühing Monterey Holdings - 15.04.24

tasemel 1

skoor **1.2 / 5****Uuenduste huviline***Inspiratsioon*

Teie ettevõtte tunneb huvi innovatsiooni vastu, otsib pidevalt inspiratsiooni ning olete tõenäoliselt plaaninud uuendustele senisest enam tähelepanu pöörata. Millest alustada?

Arenguhüppe tegemiseks ning järgmisele innovatsioonitrepil astmele tõusmiseks tõstke oma organisatsioonis teadlikkust innovatsiooni erinevatest tahkudest ja suurendage mõistmist, miks on innovatsioonivõimekuse suurendamine vajalik. Juhtkonna uuenduslikkuse ambitsioon ja eestvedamine on olulised eeldused järgmisele tasemele edasi liikumiseks.

Tase 1

Uuenduste huviline

Inspiratsioon

Tase 2

Üksikute uuenduste katsetaja

Algteadmised ja pealehakkamine

Tase 3

Juhtitud protsessiga uuendaja

Protsessid ja organisatsiooni kaasamine

Tase 4


Strateegiline uuendaja

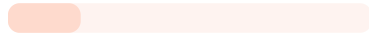
Uurimis-arendustegevuse ja investeeringute mahukus

Tase 5

Ökosüsteemi kujundaja

Globaalne mõju ja haare

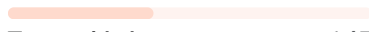
 Ambitsioon, juhtimine ja strateegia



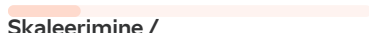
Juhtimine 2 / 5



Uuenduslikkuse ambitsioon 2 / 5

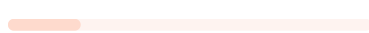


Turuambitsioon 1 / 5



Skaleerimine /

müügivõimekus 1 / 5



Uuenduste huviline


Ettevõtte äritegevus on stabiilne, kus peamiseks konkurentsieeliseks võib pidada paindlikkust ja kohanemisvõimet. Ettevõtte suudab reageerida muutuvatele turutingimustele ja klientide vajadustele ning kohandada ka oma äritegevust vastavalt. Ettevõtte omanikel ja juhtidel on huvi uuenduste vastu ning võibolla ka soov laieneda rahvusvahelisele turule.

Ettevõtte senine ambitsioon on olnud kohalikul turul turuliidri positsioonis, välisurgudega aktiivselt veel ei tegutseta. Rahvusvaheliste klientide pöördumistele ja päringutele reageerib ettevõtte vastavalt olemasolevatele võimalustele.

Soovitus: Kas ettevõtte on sõnastanud lähiaastate arenguplaani, strateegia ja skaleerimise ambitsiooni? Hinnake, milline on teie ettevõtte ambitsioon ekspordi kasvatamiseks ja oma toodete/teenuste eristumise suurendamiseks.

Järgmine samm:
Välisurgudele laienemiseks tuleks alustuseks valida esimesed sihtriigid ning tõsta oma meeskonna müügivõimekust, et saavutada välisellimustes regulaarsus.

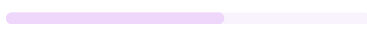
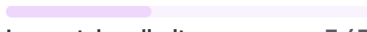
Kasutage innotrepi teenusepakujate kataloogi ekspordivõimekuse tõstmise teenuste leidmiseks.

 Kultuur ja inimesed



Inimesed 2 / 5

Innovatsioonikultuur 3 / 5



Üksikute uuenduste katsetaja

Ettevõttes ei ole veel välja kujunenud teadlikku innovatsiooni kultuuri, kuid on väike rühm eestvedajaid, kes on uuendusliku mõtteviisiga. Nad väärtustavad avatust muutustele ja valmisolekut riske võtta. Neil on julgust esitada küsimusi, märgata väljakutseid ning teha ettepanekuid uute ideede kohta.


Juhtkond väärtustab uuenduslikkust ja initsiatiivi. Soovi korral on võimaldatud inimestele ka innovatsiooniga seotud tööülesanded.

Soovitused: Kindlasti leidub ettevõttes uuenduste eestvedajaid rohkemgi. Neid tasub sel teel veelgi enam võimendada ja toetada ning parimatest luua innovatsioonimeeskond. Innovatsiooniga seotud ülesanded tasub lisada erinevatele ametikohtadele, et kasvatada üldist uuenduslikkust toetavat meelsust.

Järgmine samm:

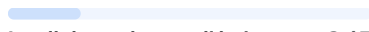
Radikaalsemate muutuste elluviimisel arvesta muudatuste juhtimise väljakutsetega.

Muutusteköver ehk muudatuste juhtimise ja juurutamise 6 etappi (*The Change Curve*) on mudel, mis aitab mõista isikliku kohanemise ja organisatsioonimuutuste juurutamise etappe. See võimaldab prognoosida inimeste reaktsioone

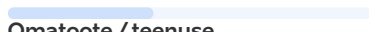
 **Väärtuspakkumise
uuenduslikkus**



Äriprotsesside uuenduslikkus 1/5



Intellektuaalomandi kaitse 2/5

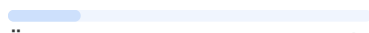


Omatoote / teenuse

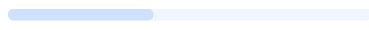
uuenduslikkus 1/5



Tehnoloogia uudsus 1/5



Ärimudeli uudsus 2/5

*Uuenduste huviline*

Ettevõtte kaupleb täna turul peamiselt üldlevinud toodete/teenustega ning tegutseb tõenäoliselt hinnatundlikul ning konkurentsitihedal turul. Ärimudel ja/või tehnoloogiline tase veel suuri konkurentsieeliseid ei paku. Eristuvad eelised baseeruvad peamiselt protsesside parendamisel ja headel kliendisuhetel. Brändi, ärisaladuse ning intellektuaalomandi kaitsmisega ei ole ettevõtte teadlikult tegelenud.

Soovitus: Ettevõtte tooteid-teenuseid ja ärimudelit tasub süsteemselt võrrelda konkurentidega. Ärimudeli ja väärtuspakkumise pidev mõtestamine ning turuvajadustele vastavaks uuendamine loob konkurentsieelise. Oma tooteid ja teenuseid tuleb pidevalt parendada ning äriprotsesside uuendamiseks otsida võimalusi uudsete tehnoloogiate kasutuselevõtuks. Üksikute protsesside järk-järguline digitaliseerimine ja automatiseerimine võimaldab äriprotsessid efektiivsemaks teha.

Järgmine samm: Kasutage [ärimudeli](#) ja [väärtuspakkumise](#)


lõuendit oma

konkurentsieelise

hindamiseks. Hinnake, kas teie

ärisaladus on konkurentide

eest piisavalt kaitstud

 Innovatsioonijuhtimise
protsessid ja praktikad



Tootearendus	1/5
Ideevoo juhtimine	1/5
Innovatsiooniportfelli juhtimine	2/5
Innovatsioonijuhtimine	5

Uuenduste huviline

Oma ettevõtte arendamisel püüate tooteid/teenuseid rohkem müüa ja neid samm-sammult kohandada vastavalt klientide soovile. Peamised uuendused on suunatud protsesside efektiivsuse tõstmiseks. Süsteemseks tootearenduseks vajalikud oskused ning innovatsioonijuhtimiseks vajalikud teadmised on täna veel piiratud.

Teie ettevõttes esineb küll innovatsioonist huvitatuid ja töötajatel on võimalus ideid esitada, kuid seda tehakse pigem juhuslikult. Kui tekib hea idee uuenduseks, siis seda viiakse ellu igapäevatöö kõrvalt. Eraldi uuendusprojekte pigem ei käsitleta, süsteemselt juhitud protsesse ja praktikaid selleks ei ole loodud.

Soovitus: kas ettevõttes tegeletakse teadliku tootearenduse ja ideede korjega? Tootearenduseks ning uuendusteks on vajalik pidev ideede kogumine ning võimalike innovatsiooniprojektide kaardistamine.

Järgmine samm: Püüdke tuvastada, millises tootes, teenuses või protsessis peitub tulevikuväärtus teie kliendi

jaoks. Tuvastage uuendusvõimalused ning kirjeldage esimesed uuendusprojektid. Looge oma ettevõttele sobiv protsess regulaarselt uute ideede

 Finantsid

Tase 1

1



Investeeringud innovatsiooni 1 / 5



Finantsvõimekus 2 / 5

*Uuenduste huviline*

Arvestades, et tooteuuendusi ja protsessiparendusi ei käsitleta teie ettevõttes eraldi innovatsiooniprojektidena, siis puudub ka nende tegevuste rahastamise mudel. Juhuslikke uuendusi tehakse igapäevatöö kõrvalt ning üldkulude arvelt.


Välise rahastajate kaasamise võimekus uuenduste jaoks on piiratud.

Soovitus: Mõelge läbi, milliste vahenditega uuendustegevusi süsteemselt finantseerida.

Peale esimeste uuendusprojektide rakendamist, on kulude planeerimine oluliselt lihtsam.

Järgmine samm: Eelarves uuendusteks eraldi kulude planeerimine aitab innovatsiooniga süsteemsemalt tegeleda.

Uuendusmeelsed ettevõtted määravad selleks vähemalt 2% käibest, mis on kättesaadav ka alustajale või VKE-le.

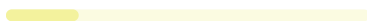
 Partnerlus ja avatud
innovatsioon



Koostöövõimekus 1/5



Avatud innovatsioon 1/5

*Uuenduste huviline*

Teie ettevõttel on olemas oma valdkonna turuteadmised. Innovatsioonile suunatud koostööd teiste ettevõtete või organisatsioonidega ei toimu, kuid kogute turult informatsiooni oma valdkonna trendide ja uuenduste kohta.

Teie ettevõtte võib küll omada uuendustega seotud spetsiifilist teadmust, kuid ei jaga seda teiste osapooltega. Väliseid eksperte olete seni kasutanud minimaalselt ja seotult kitsa valdkonna nõustamisega.

Soovitus: Hinnake, kellega tasuks uuenduste tegemisel teha tihedamat koostööd? Innovatsioonile suunatud koostöö algab tihedamast suhtlusest klientide ning tarnijatega. Ettevõtte teadmuse teadlik juhtimine ning jagamine koostööpartneritega suurendab võimalusi murranguliseks innovatsiooniks.

Järgmine samm: Õppige oma klienti senisest paremini tundma, nii saate väärtuslikku infot tulevasteks tooteuuendusteks või lisateenuste pakkumiseks. Hinnake oma võimalusi senisest uuendusmahukamate koostööprojektide loomiseks.

Innovatsioonivõimekuse radardiagramm ja võrdluse filter

Innovatsioonivõimekuse radardiagramm võimaldab testi tulemusi visualiseerida erinevate kategooriate lõikes ja võrrelda arengu progressi varasemate testi tulemustega. Radardiagramm võimaldab ettevõttel näha enda poolt hinnatud võimekusi ja lisada võrdluse filtrisse teised ettevõtted sama piirkonna, tegevusala või suuruse alusel. See aitab teha teadlikke valikuid, nähes ettevõtte tugevusi ja nõrkusi mitmes kategoorias ja seades fookuse.

Kui soovid testi tulemuste personaalset nõustamist

[VALI KONSULTANT](#)

Leia teenus taseme tõstmiseks

[VALI FOOKUSTEEMAD](#)

