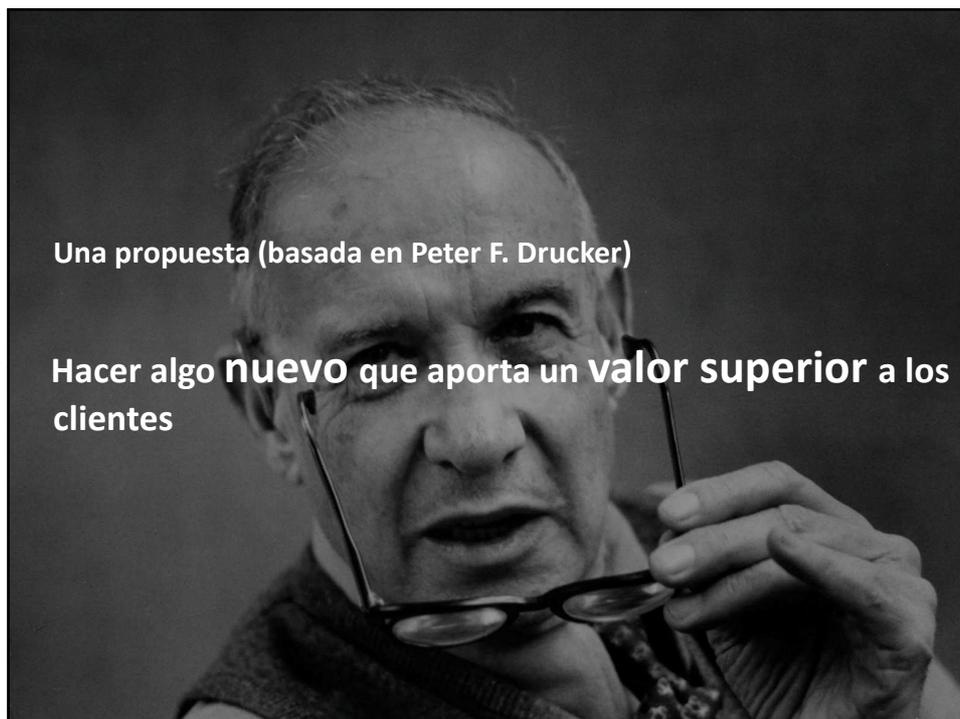


**sastre
asocia-
dos**
ORIENTAMOS

Innovar
Con los
Clientes

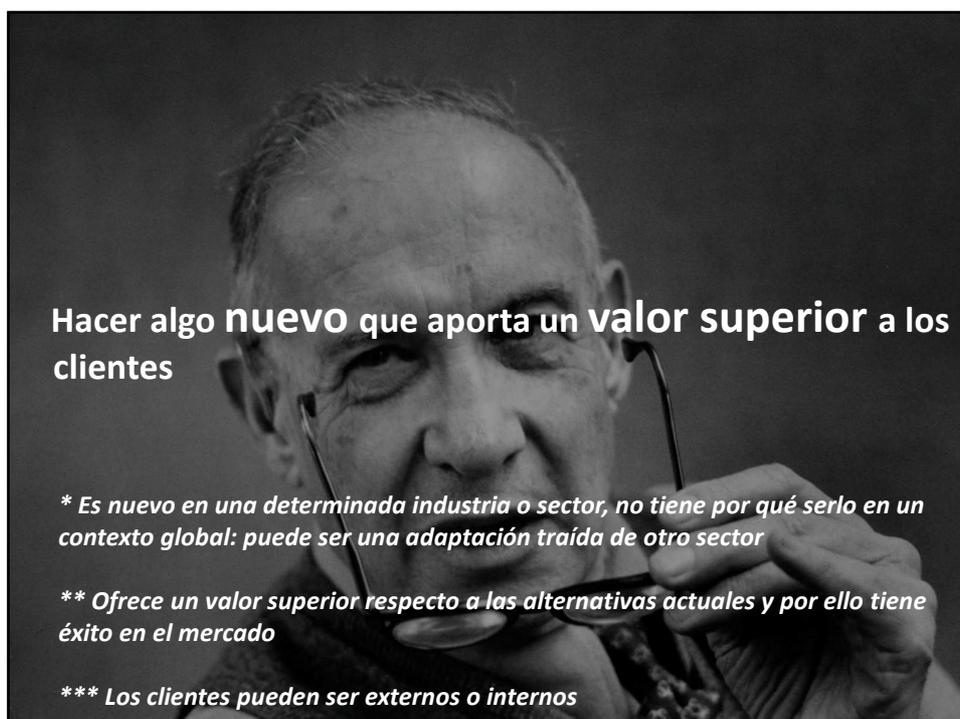
ENRÉDATE 2014
CEEI Castellón - Alea Innovaciones - Orbel Grupo - Sastre & Asociados

¿qué es innovar?



Una propuesta (basada en Peter F. Drucker)

Hacer algo **nuevo** que aporta un **valor superior** a los clientes



Hacer algo **nuevo** que aporta un **valor superior** a los clientes

** Es nuevo en una determinada industria o sector, no tiene por qué serlo en un contexto global: puede ser una adaptación traída de otro sector*

*** Ofrece un valor superior respecto a las alternativas actuales y por ello tiene éxito en el mercado*

**** Los clientes pueden ser externos o internos*

los clientes pueden ser **externos** o **internos**...

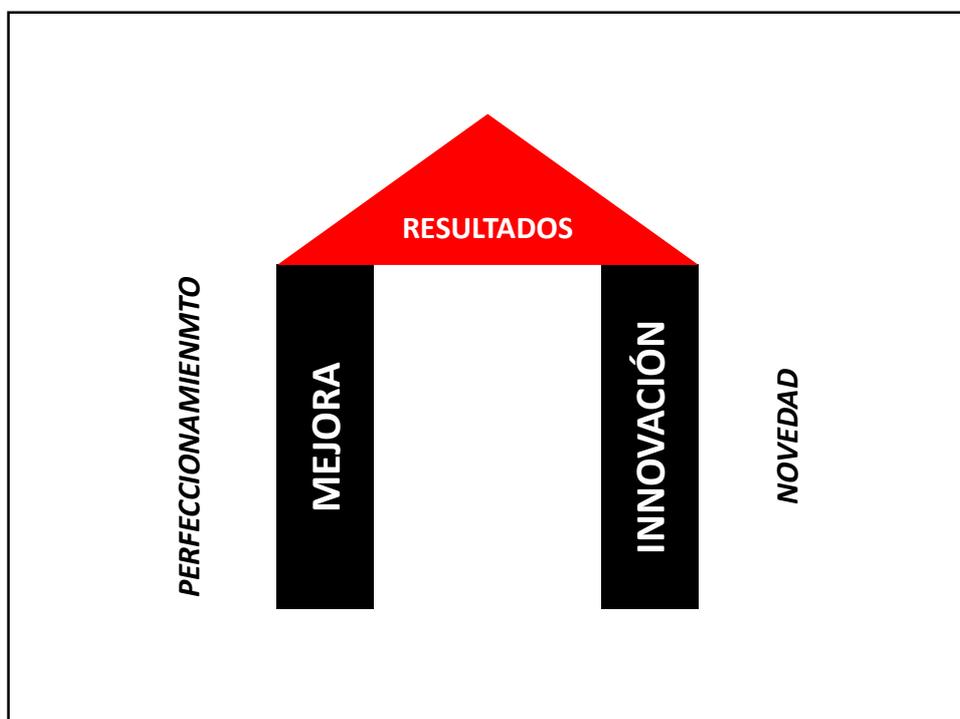
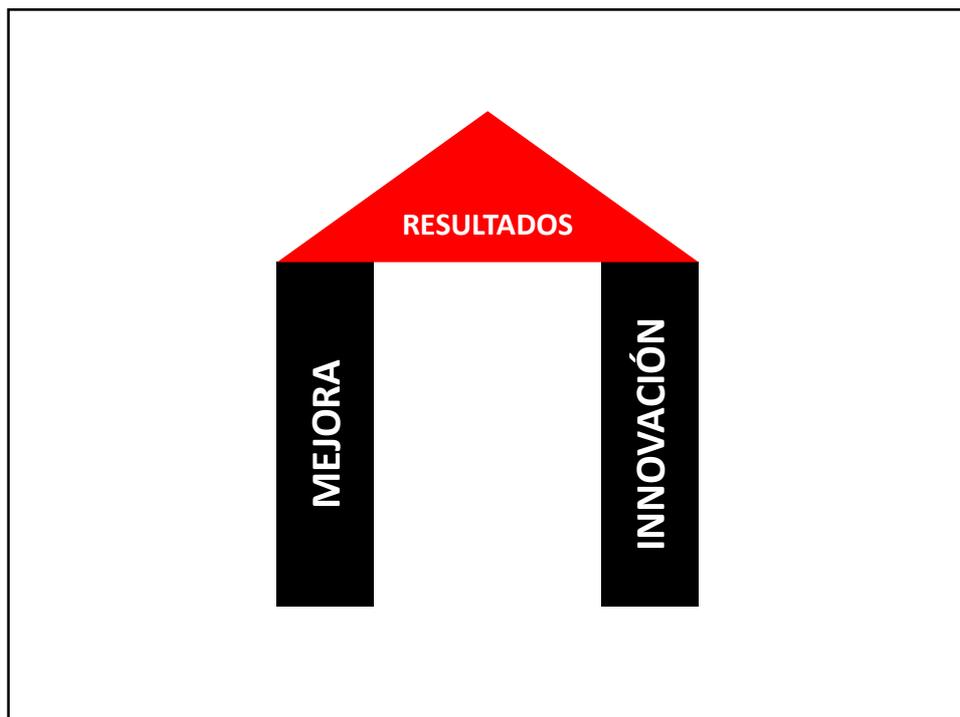
Si...

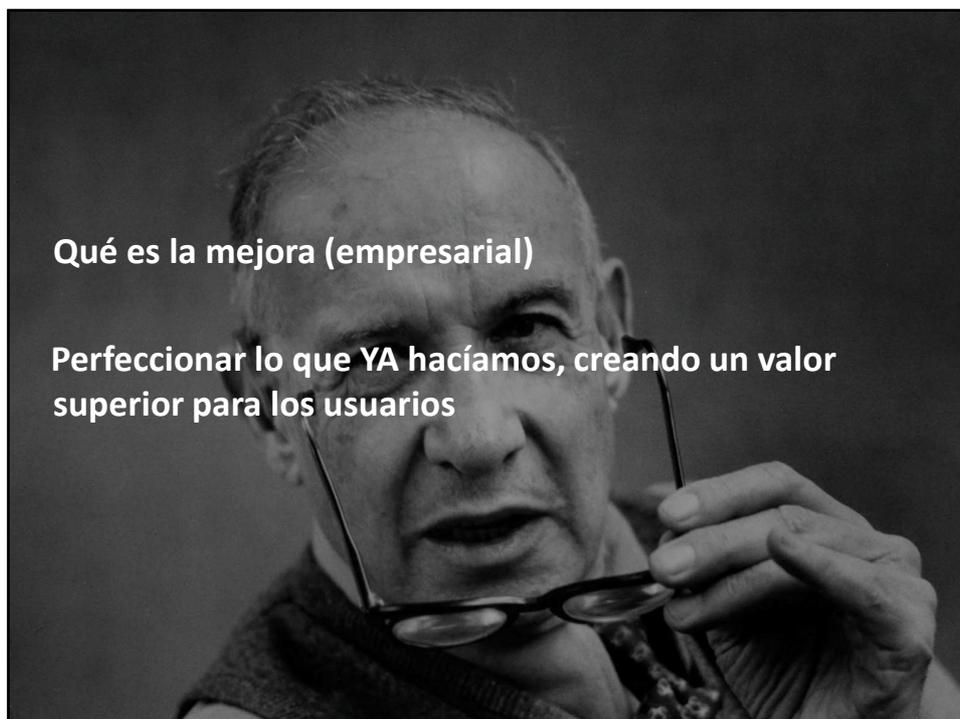
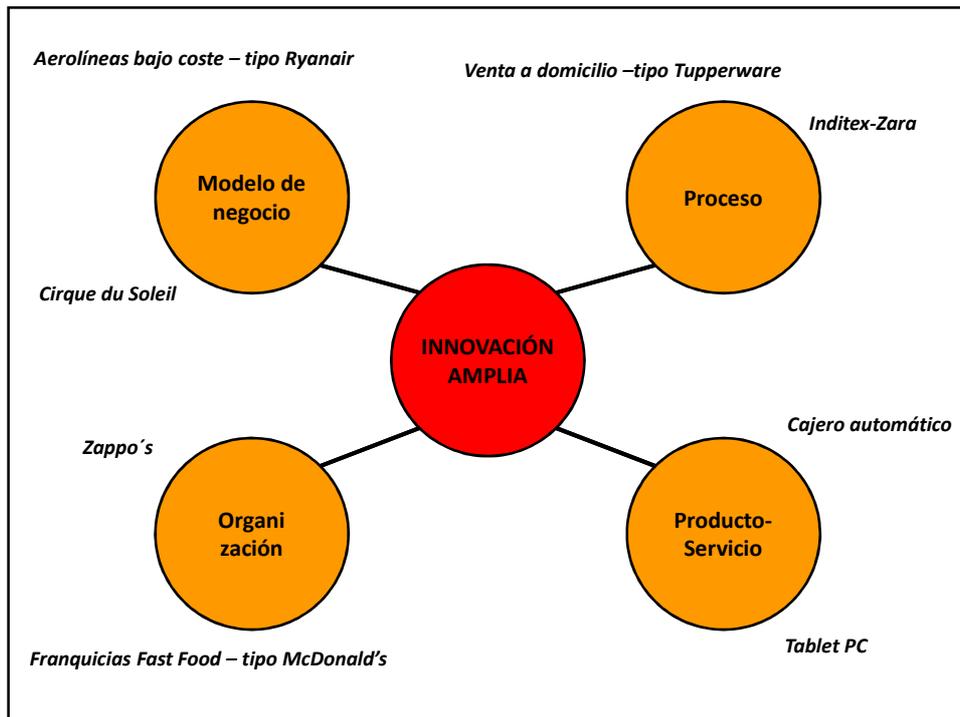
VALOR = BENEFICIOS / COSTES

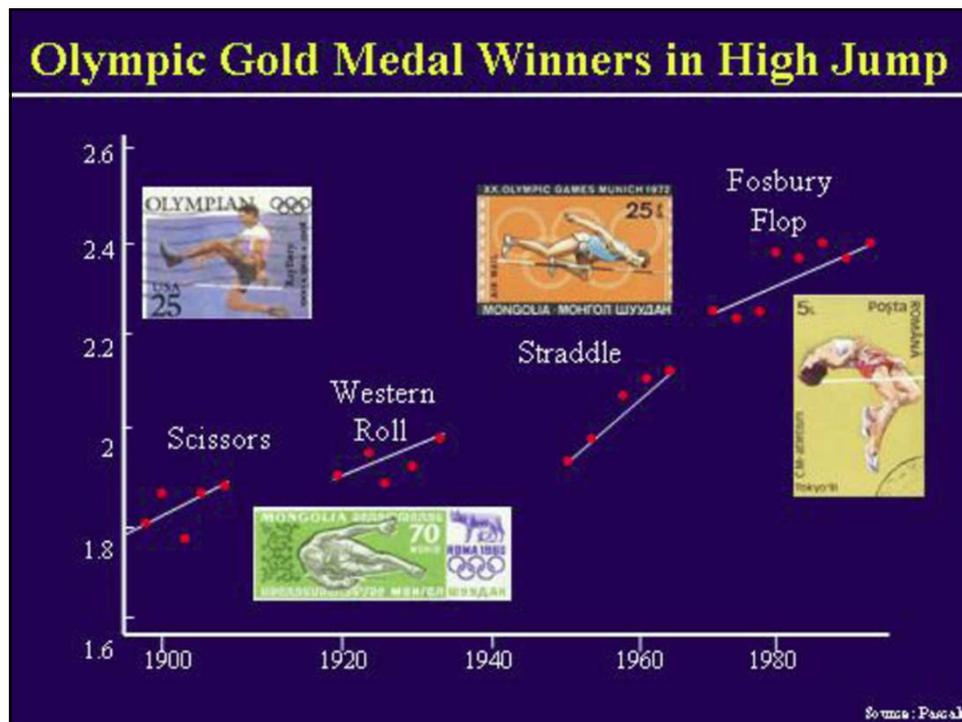
entonces...

+ VALOR = (**+** BENEFICIOS) / (**=** COSTES)

+ VALOR = (**=** BENEFICIOS) / (**-** COSTES)







En la mejora, generalmente, hablamos de **pequeños** incrementos en el valor

En la mejora, generalmente, hablamos de **pequeños** incrementos en el valor

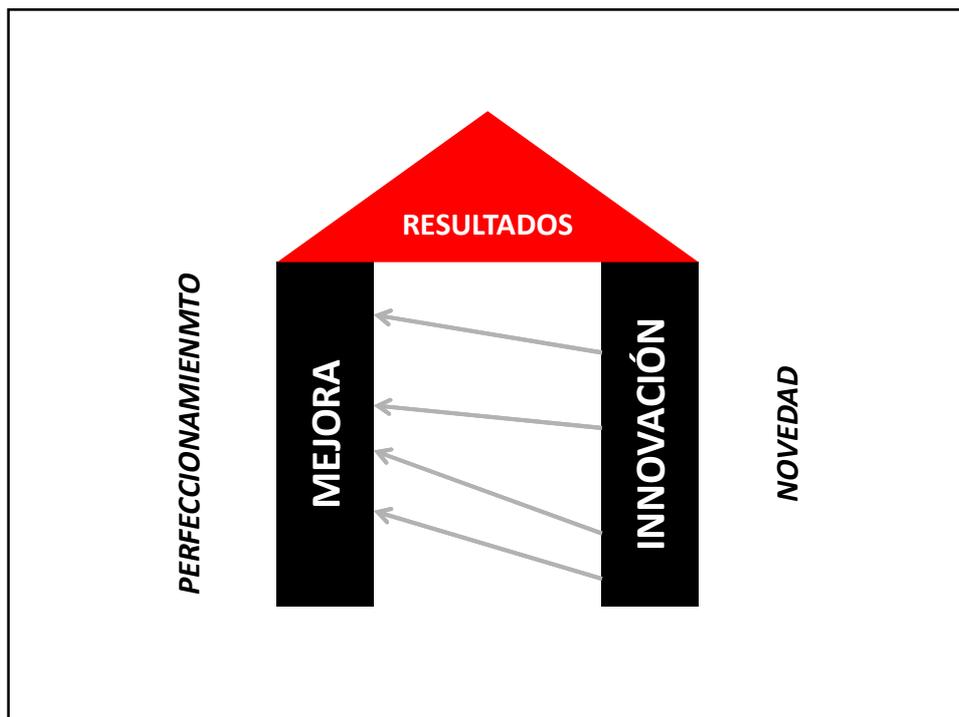
En la innovación, suele ser de **grandes** saltos en el valor

MENSAJE 1: la mejora es tan importante como la innovación

...pero **HOY** sin innovación continua,
solo con mejora, **NO** irás muy lejos

...pero **HOY** sin innovación continua,
solo con mejora, **NO** irás muy lejos

hay que innovar y mejorar la innovación,
inmediatamente



¿cómo conseguimos innovar de forma **continuada**?

Primero, encontrando y trabajando buenos **FOCOS**

Primero, encontrando y trabajando buenos **FOCOS**

La innovación se basa en la creatividad

Y la creatividad, para ser productiva, requiere de trabajo centrado (en el **FOCO**)

¿dónde encontramos los focos **adecuados**?



los mejores focos: problemas, insatisfacciones del cliente

MENSAJE 2: las mejores oportunidades están en resolver problemas que “ya tienen” los clientes

evitar el “síndrome del ingeniero”



¿cómo encontramos problemas e insatisfacciones
importantes?

Preguntando a los clientes → **MEJORA**
el cliente dice...“Dame MÁS de lo mismo por MENOS”

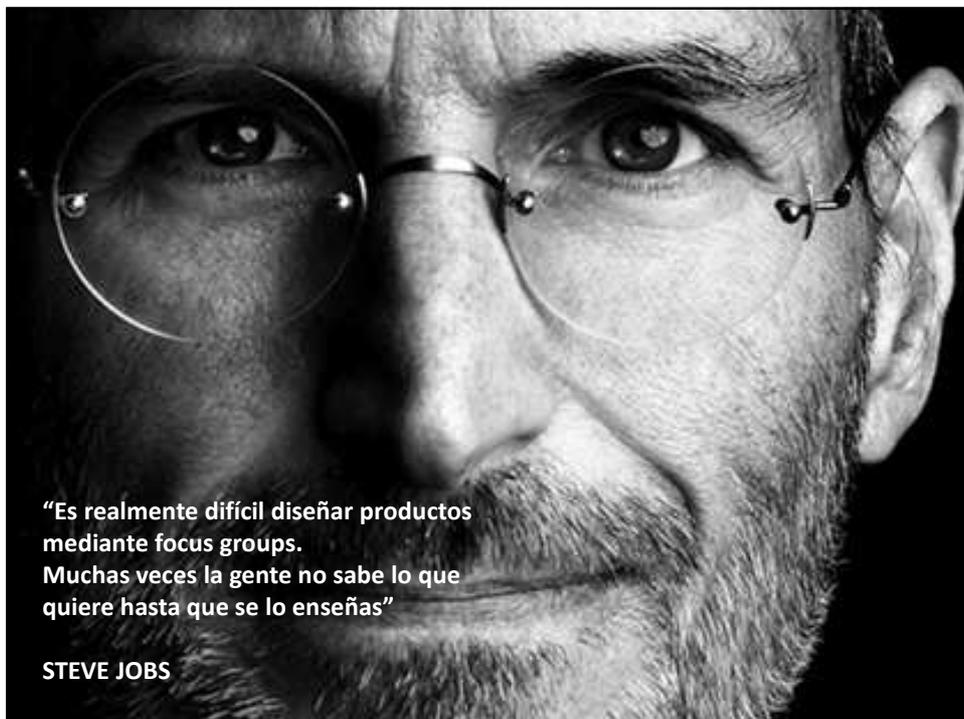
Preguntando a los clientes → **MEJORA**
el cliente dice...“Dame MÁS de lo mismo por MENOS”

Observando a los clientes → **INNOVACIÓN**
el innovador dice...“Vamos a hacerlo DISTINTO pero MEJOR”



“Si hubiera preguntado a la gente que querían, me habrían dicho que caballos más rápidos”

HENRY FORD



“Es realmente difícil diseñar productos mediante focus groups. Muchas veces la gente no sabe lo que quiere hasta que se lo enseñas”

STEVE JOBS

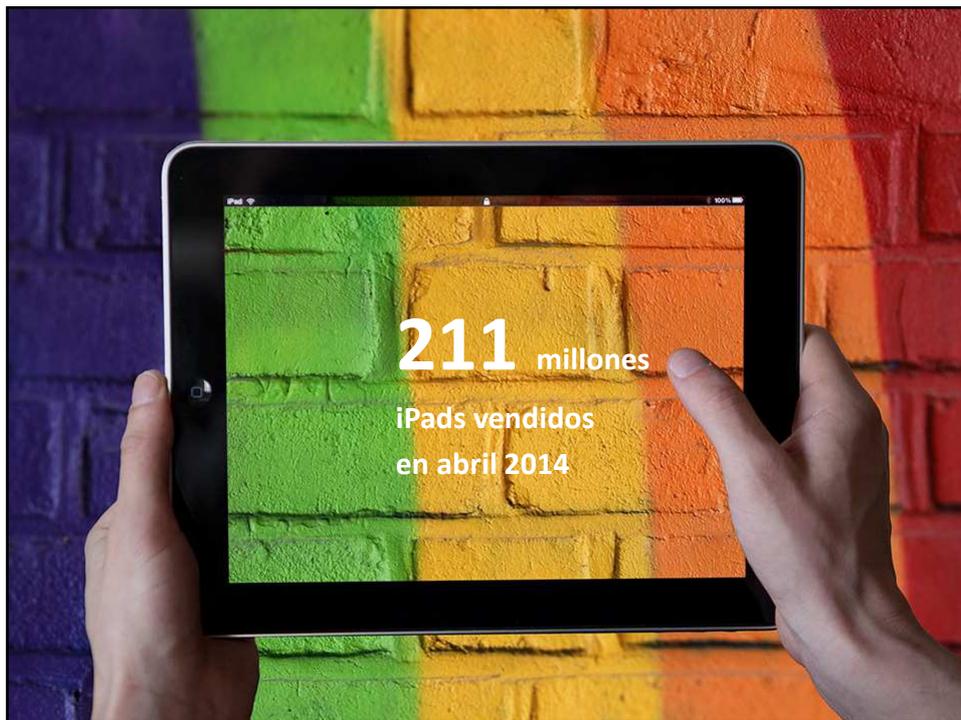


en **2010**

...el iPad no parecía tener sentido: ya estaban los smartphones y los notebooks...los tablet PC no habían funcionado

¿Para qué un iPhone con problemas de gigantismo?

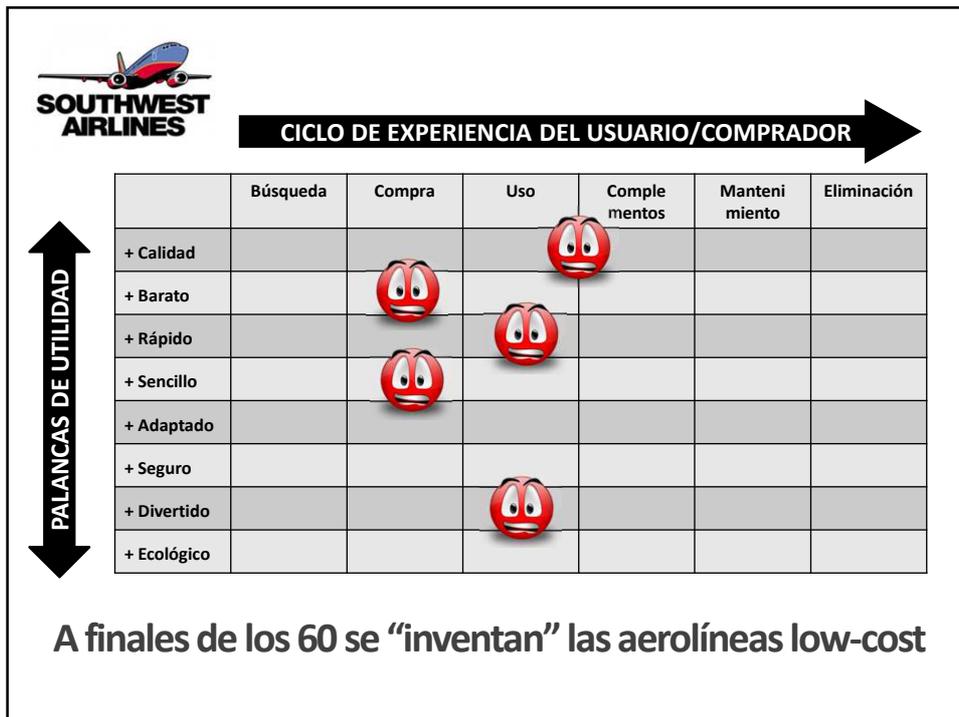
Pero parece que los chicos de Apple sí habían observado bien cómo estábamos usando estos dispositivos...



MENSAJE 3: conseguiremos buenas ideas para innovar, sobre todo, observando a los usuarios

una herramienta para recoger los problemas e insatisfacciones de los clientes







también útil para recoger los cambios respecto a las propuestas actuales



	Búsqueda / Acceso	Compra	Uso	Complementos	Mantenimiento	Eliminación
+ Calidad			No especialistas			
+ Barato	No desplazmt	Gratis			Gratis	
+ Rápido	Google		Search		Continuo	
+ Sencillo			Muy fácil			
+ Adaptado	Sin horarios		S/preferencias			
+ Seguro			Nº usuarios			
+ Divertido			Ocio			
+ Ecológico			No papel			No reciclado

tripadvisor vs guías de viaje/agencias



	Búsqueda / Acceso	Compra	Uso	Complementos	Mantenimiento	Eliminación
+ Calidad		1as marcas				
+ Barato	No desplazmt	30-70% dscto				
+ Rápido	Google	Pzo entrega				
+ Sencillo						
+ Adaptado	Sin horarios	Campañas				
+ Seguro		Garantías				
+ Divertido						
+ Ecológico						

buyvip vs tiendas físicas



	Búsqueda / Acceso	Compra	Uso	Complementos	Mantenimiento	Eliminación
+ Calidad				No pdcto físico		
+ Barato	No desplazmt	Buen precio (ud)		Muchos gratis		
+ Rápido	Search	Inmediata	Search + Play			
+ Sencillo	Search		Search + Play			
+ Adaptado	Genius		Listas reproduc			
+ Seguro						
+ Divertido	Imagen/Diseño		Imagen/Diseño			
+ Ecológico			Digital			Digital

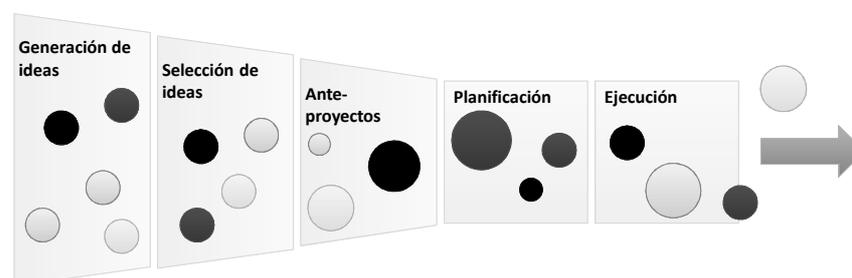
iTunes vs tiendas de música



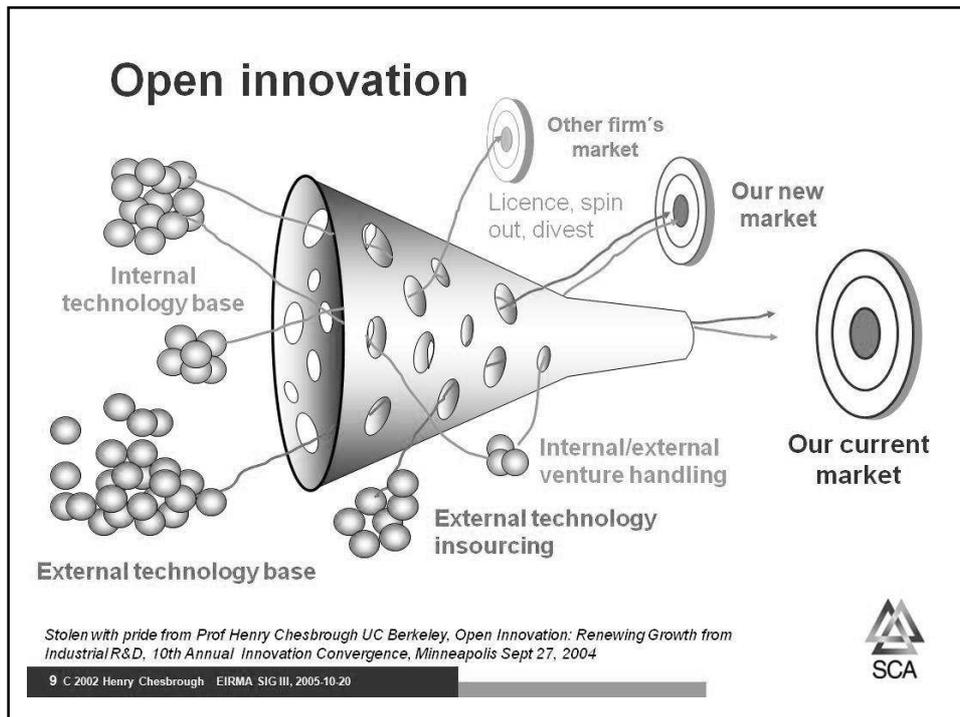
	Búsqueda / Acceso	Compra	Uso	Complementos	Mantenimiento	Eliminación
+ Calidad						
+ Barato		Gratis /bajo mes				
+ Rápido						
+ Sencillo						
+ Adaptado			Dttos disposit			
+ Seguro		Tuyo si pagas	Dttos disposit			
+ Divertido				Compartir		
+ Ecológico						

Spotify vs iTunes

MENSAJE 4: cuando innovamos es posible que tengamos que renunciar a ciertas cosas



empresa innovadora: múltiples proyectos en distintos estados



porque la innovación incluye un alto riesgo de fracaso...

porque la innovación incluye un alto riesgo de
fracaso...

...una sola bala seguramente **NO funcionará**

MENSAJE 5: eres innovador si tienes unos
cuantos proyectos en marcha, en distintas fases

BARRERAS A LA INNOVACIÓN

Verdadero significado de la innovación: no es comprar, no solo es tecnológica

Difusa asignación de responsabilidades

Confusión entre creatividad e innovación

Ausencia de un sistema, de una teoría unificada

Falta de control de la actividad

Ausencia de coordinación entre los distintos implicados

Falta de foco en el cliente

Adaptado de Fernando Trias de Bes (Innovar para ganar)

sastre
asocia-
dos
ORIENTAMOS

ASK ME!!

javiersastre@sastre-asociados.com
www.sastre-asociados.com

