

# DAGSORDEN

1. **Innovation** med udgangspunkt i livet i akvariet.
2. **Serviceinnovation** med udgangspunkt i livet i akvariet.
3. **Prototype test** med udgangspunkt i livet i akvariet.
4. **Slut.**



# INNOVATION & SERVICEINNOVATION

---

Inspiration fra bogen Innovation, Entreprenør-  
og Intraprenørskab af Kristian Philipsen

# 1) INNOVATION

---

# SCHUMPETER

- En af de første, der beskæftigede sig med innovation på et teoretisk plan var **Joseph A. Schumpeter**.
- Han bliver anset for at være en af **fagets stamfædre**.
- Han opfattede innovation som **nye kombinationer af eksisterende ressourcer**.



*”at gøre nye ting eller at gøre ting, som allerede er gjort, på en ny måde”.*

*Joseph A. Schumpeter er en  
østrigsk-ungarsk  
innovations- og  
entreprenørskabsforsker  
(1883-1950)*

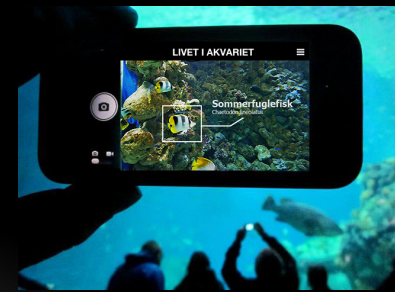
# GRUNDBEGREBER OM INNOVATION

- Banebrydende ny innovationer = **radikal innovation**.
- En mindre grad af forandring = **inkrementelle innovation**.
- En radikal innovation vil på en og samme tid skabe noget nyt og ødelægge den eksisterende måde at gøre tingene på = **Kreativ destruktion**.

TABEL 4.1 Eksempler på radikale og inkrementelle innovationer

Radikale innovationer (Gøre ting anderledes)	Inkrementelle innovationer (Gøre ting bedre)
Johann Gutenberg opfinder og udvikler bogtrykkeriet, 1450	Ny forbedret udgave af en matematikbog
Møuccis og Bell opfinder og udvikler telefonen, 1871/1876	Stearinlys, hvor vægen slukker flammen, når lyset er ved at være brændt ned
Edison opfinder og udvikler glødelampen og et helt system til fremstilling og transport af el til belysning, 1878-1881	Udvikling af sparepære med længere levetid
Henry Ford opfinder og udvikler det bevægelige samlebånd, 1913	Leverpostej med baconsmag
Alexander Flemmings opfinder og udvikler penicillin, 1928	Ny bærbar computer med større harddisk og forbedret grafikort m.m.
Tim Berners-Lee opfinder og udvikler World Wide Web, 1989	Ny og forbedret udgave af Google Earth
Pfizer Inc. opfinder og udvikler Viagra, 1997	Billigere kopimedicin, hvor patent er udløbet
Apple opfinder og udvikler iPod, 2001	Ny version af iPod

© Nyt Teknisk Forlag

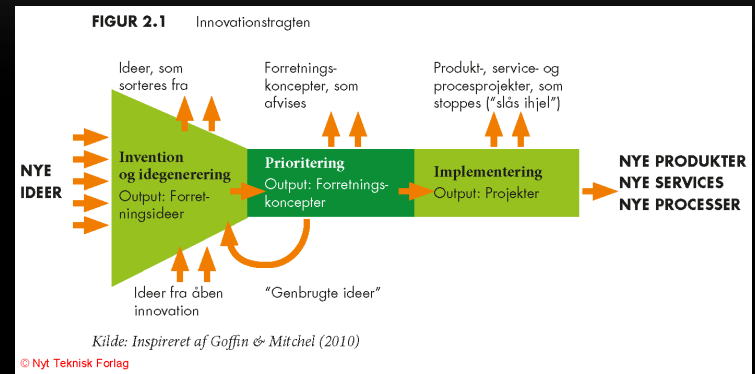


# BEGREBERNE INVENTION, INNOVATION & DIFFUSION

- **Invention** er en ny ide, en opfindelse, en skitse eller model for et nyt eller forbedret produkt, system eller en ny eller forbedret proces.
- **Innovation** handler om at gøre nye ting på en ny måde, eller kombinere eksisterende ideer på en ny måde.
- **Diffusion** betyder spredning eller kommercialisering af innovationen. Det er i diffusionsstadiet, at kunderne/brugerne præsenteres for det færdige produkt/service.

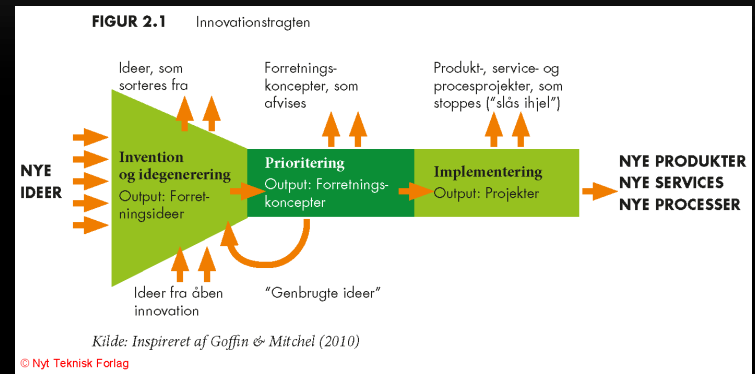
# INNOVATIONSTRAGTEN

- **Fase 1** er invention og idegenerering. Input til denne fase kommer fra:
  1. interne (fx ideer fra ledere og ansatte)
  2. eksterne (fx ideer fra kunder og leverandører).
- **Fase 2** er prioritering af forretningsideer. Her arbejder virksomheden videre med de forretningsideer, som den vurderer, har det største forretningspotentiale.
- **Fase 3** er implementering. Her udvikler man de mest lovende koncepter til færdige produkter/ service, som kan sælges.



# INNOVATIONSTRAGTEN DEN BLÅ PLANET

- **Før fase 1:** Vi var på feltstudiet til Den Blå Planet. Vi observerede hvordan de besøgende agerede med hensyn til information om fiskene.
- **Fase 1:** På feltstudiet så vi, hvordan de besøgende brugte deres smartphones og iPads til at tage billeder af fiskene. Ud fra det fik vi ideen med fiske face recognition.
- **Fase 2:** I denne fase vurderer man om ideen er brugbar og om den holder vand. I forhold til Den Blå Planet befinder vi os lige nu mellem fase 1 og 2.

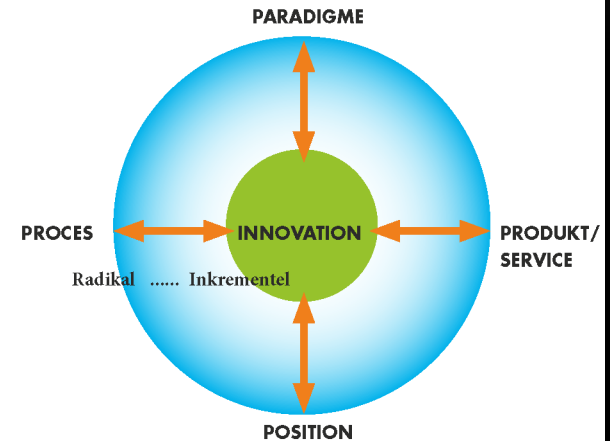




# 4 P INNOVATIONSMODEL

- **Paradigme innovation:** nye måder, en virksomhed opfatte sin rolle på.
- **Produkt/Service innovation:** nye varer og serviceydelser. Det er her Den Blå Planet hører til.
- **Positionerings innovation:** ny opfattelsen af et produkt hos kunderne.
- **Proces innovation:** nye produktionsprocesser og logistiksystemer
- **Inkrementel innovation:** ligger tæt på midten af figuren.
- **Radikal innovation:** vil ligge yderst i cirklen.

FIGUR 4.3 Innovationslandskabets 4 P'er



Kilde: Tidd & Bessaut (2009:22)

© Nyt Teknisk Forlag

## 2) SERVICEINNOVATION

---

# SERVICEINNOVATION

- Service er et output af innovationsprocessen.
  - Ved serviceinnovation er der et intenst samspil mellem **mennesker** og **organisation** og **service**.
  - Kunden er ofte direkte involveret i processen, fordi service ofte bliver produceret og forbrugt samtidig.
  - Kvaliteten af service afhænger meget af den **menneskelige faktor**.
  - Derfor er **motivation** og **uddannelse** og **efteruddannelse** vigtigt for at beholde **kvalitet** i serviceinnovation.
  - Det afgørende er, at den samlede mængde af aktiviteter, som skaber en innovativ service, bliver sammensat og udført på en ny måde, der er bedre til at dække kundens pains.
-

# DERFOR ER SERVICE SÅ VIGTIG!

- Ca. 85 % af alle beskæftigede i DK arbejder med servicejobs.
- Ca. 70 % af bruttonationalproduktet skabes i serviceerhverv i DK.
- I mellemland – og lavindkomstlande udgør beskæftigelsen i servicesektoren typisk 30 % - 40 % eller mere
- Servicesektoren er dermed **vigtig for beskæftigelsen** i alle lande.

**TABEL 14.1** Servicesektorer

<b>Sundhedssektoren:</b>	Læger, hospitaler, tandlæger, fysioterapeuter, alternative behandlere
<b>Finansiell service:</b>	Banker, forsikringselskaber
<b>Professionel service:</b>	Revisorer, advokater, ejendomsmæglere, reklamebureauer, arkitekter, ingeniører, management konsulenter
<b>Vidensservice (uddannelse):</b>	Dagpleje, børnehaver, folkeskole, erhvervsuddannelser, gymnasier, korte videregående uddannelser, mellemlange videregående uddannelser, lange videregående uddannelser, videreuddannelse, (forskning) ledelseskonsulentfirmaer, forskningsinstitutioner, biblioteker
<b>Rejse, hotel og restaurationsbranchen:</b>	Hoteller, restauranter, flyselskaber, rejsebureauer
<b>Underholdningsservice (sport):</b>	Fodbold, håndbold, ishockey, cykelsport, Formel 1, Olympiske lege, (kunst) teater, ballet, opera, rockkoncerter (underholdning), cirkus, musikfestivaler, byfest
<b>Informationsservice:</b>	Radio, tv, telefon, internet, aviser
<b>Leverandørservice (distributionskanaler):</b>	Detailhandel, grossistvirksomheder, franchising, agenter, shipping (fysisk distribution), transport, (udlejning og leasing) kostumeudlejning, biludlejning, udlejning af entreprenørmaskiner, (forsyningsvirksomheder) elektricitet, gas, vand, spildevand, renovation
<b>Personlig- og reparations-service:</b>	(Personlig) frisør, fitnesscentre, begravelsesforretninger, (reparation) bilværksted, VVS-firmaer, cykelværksted
<b>Offentlig og non profit service:</b>	(Regering) politi, domstole, militær, departementer og ministerier, religiøse foreninger (non profit), velgørenhed, museer

Kilde: Lettere omarbejdning af Fisk, Grove & John (2008)

© Nyt Teknisk Forlag

# DEFINITIONEN PÅ SERVICE

## Service

- Service er **heterogen**, dvs. Uens eller delvis forskellig.
- **Kerneværdien** produceret i samspil mellem kunden og udbyderen af servicen.
- Service er **processer**, som består af **aktiviteter** eller **serier af aktiviteter** snarere end ting.
- Service kan ikke **oplagres**.

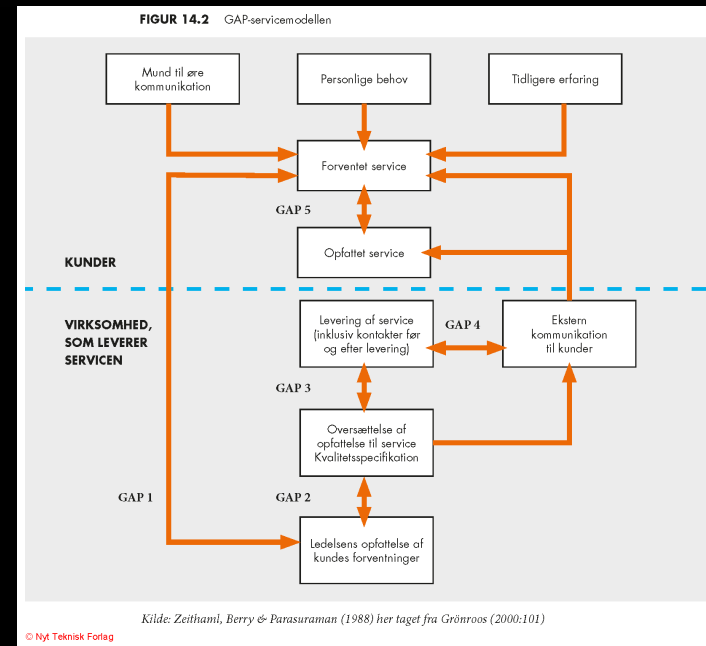
**FIGUR 14.1** Kontinuum fra fysisk håndgribelige produkter til service og det ikke håndgribelige



Kilde: Zeithami og Bitner (1996:7)

# GAP-SERVICEMODELLEN

- GAP-servicemodellen består af 5 GAP hvor første led starter med kundens behov, og sidste led slutter med den leverede service til kunden.
- GAP-servicemodellen kan hjælpe med at forstå det særlige ved serviceinnovation.
- Modellen beskriver mulige udfordringer og faldgrupper for en virksomhed i forhold til at opfylde en kundes pain.



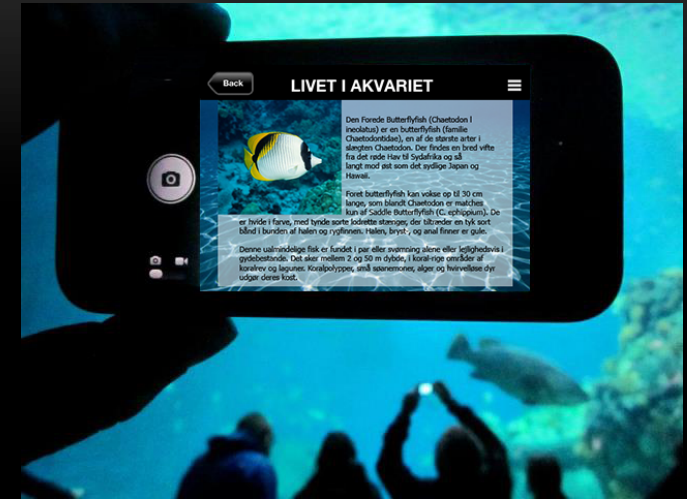
# DE BESØGENDES / DEN BLÅ PLANETS PAINS

1. Kø foran infostanderen/touchpoint.
2. Mangelfuld information ved infostander/touchpoint.
3. Det kan være svært at genkende fiskene på et billede.
4. Det er svært for svagt seende at læse på infostanderen/touchpoint.
5. Ordblinde har svært ved at læse.
6. Begrænset plads til information.
7. Har man set det hele?



# LØSNINGEN PÅ DE BESØGENDES / DEN BLÅ PLANETS PAINS

1. App'en kan bruges til at få information via **face recognition**.
2. Der kan være væsentlig mere information på app'en da man, **via links**, kan søge dybere ned i **informationen**.
3. Ved hjælp af face recognition findes **der information** om den **fisk man har valgt** på sin smartphone,
4. Svagtseende og ordblinde **kan få teksten læst op via deres smartphone** så de ikke går glip af nyttig information.
5. App'en giver et **hurtigt overblik** over hvor du har været og hvad du **mangler at se**,
6. Overordnet set handler det om at **skabe merværdi** for både de besøgende og for Den Blå Planet.
7. Det er vigtigt at ramme et **behov/pains**, for at ideen bliver en **succes**.





# 3) PROTOTYPE TEST

---

Kattegatcenteret Grenå

# TEST PERSONER

Køn og antal:



Syntes at app'en lyder som en spændende  
løsning på pains:

100%

Alder:

13 – 45 år

# TEST PERSONERNE SIGER

” Jeg synes ideen er god og rigtig **godt udviklet.** ”

” Skønt at slippe for kø ved infostandere.”

” Super ide, meget **nytænkende.** ”

” Mulighed for ekstra information.”

” God ide, dog ønsker jeg valgmuligheder i forhold til sprog.”

” Det er klart en app jeg ville bruge,  
da det er en sjovere måde at skaffe sig information på.”

” App' en ville **lette mit besøg.**”

4) SLUT

---