

# Hvordan vi jobber med innovasjon i et forskningsinstitutt

v/ Sveinung Grimsby, Nofima AS

Sulten på Kunnskap.  
Stavanger 26. september, vitenskapsåret 2011.



# Innhold

1. Hvorfor innovasjon?
2. Modell for SME'er slik at de kan jobbe med åpen innovasjon
3. Eksempel på et åpent innovasjonsprosjekt

*Det er ikke mangel på ideer eller oppfinnelser i verden. Utfordringen er å få til en vellykket introduksjon av disse inn i et marked.*

*Bare på den måten vil ideen kunne kalles en innovasjon. Innovasjonen blir samspillet mellom teknologien og markedet.*

*‘Hardt’ vitenskap + ‘Myk’ vitenskap = Nytt produkt som gir økonomisk gevinst*

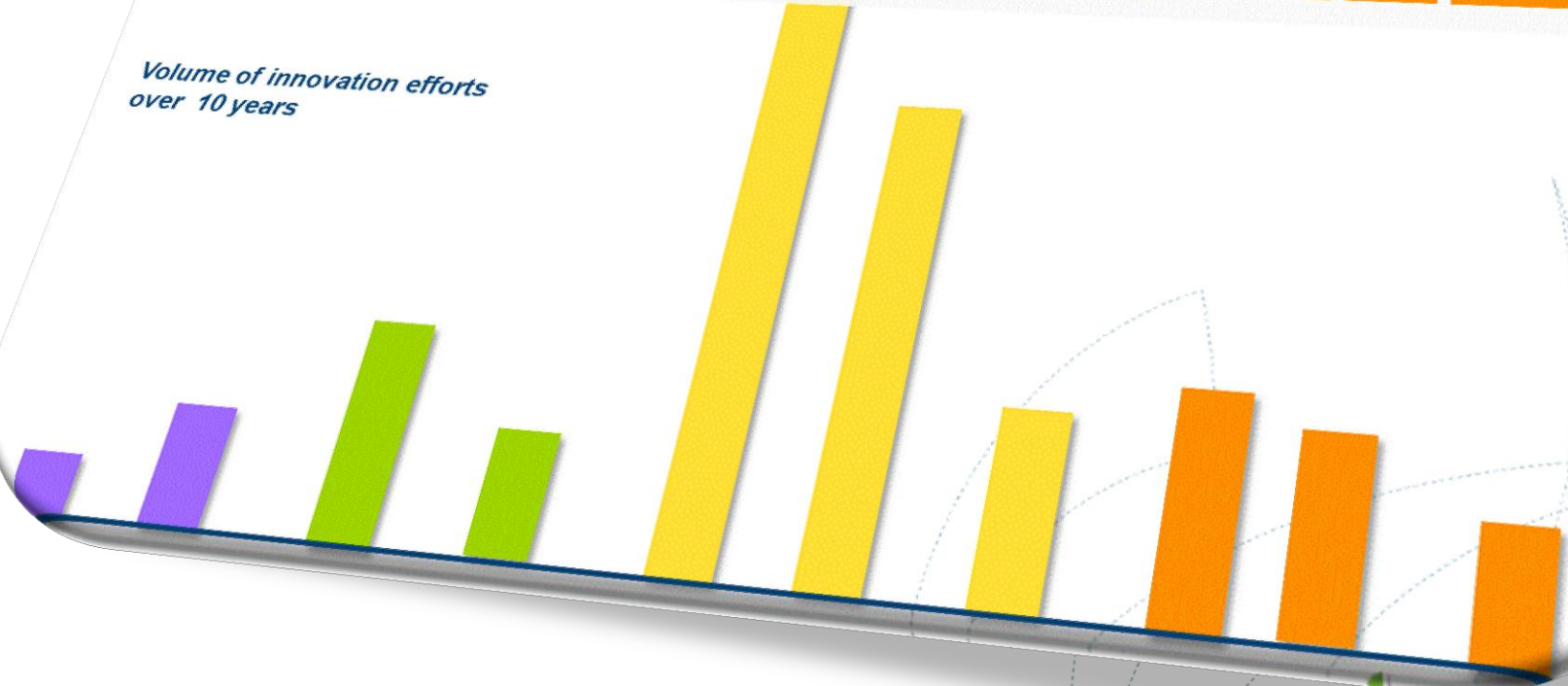
*Innovasjon er ideer som er blitt utviklet og tatt i bruk for å skape verdier*



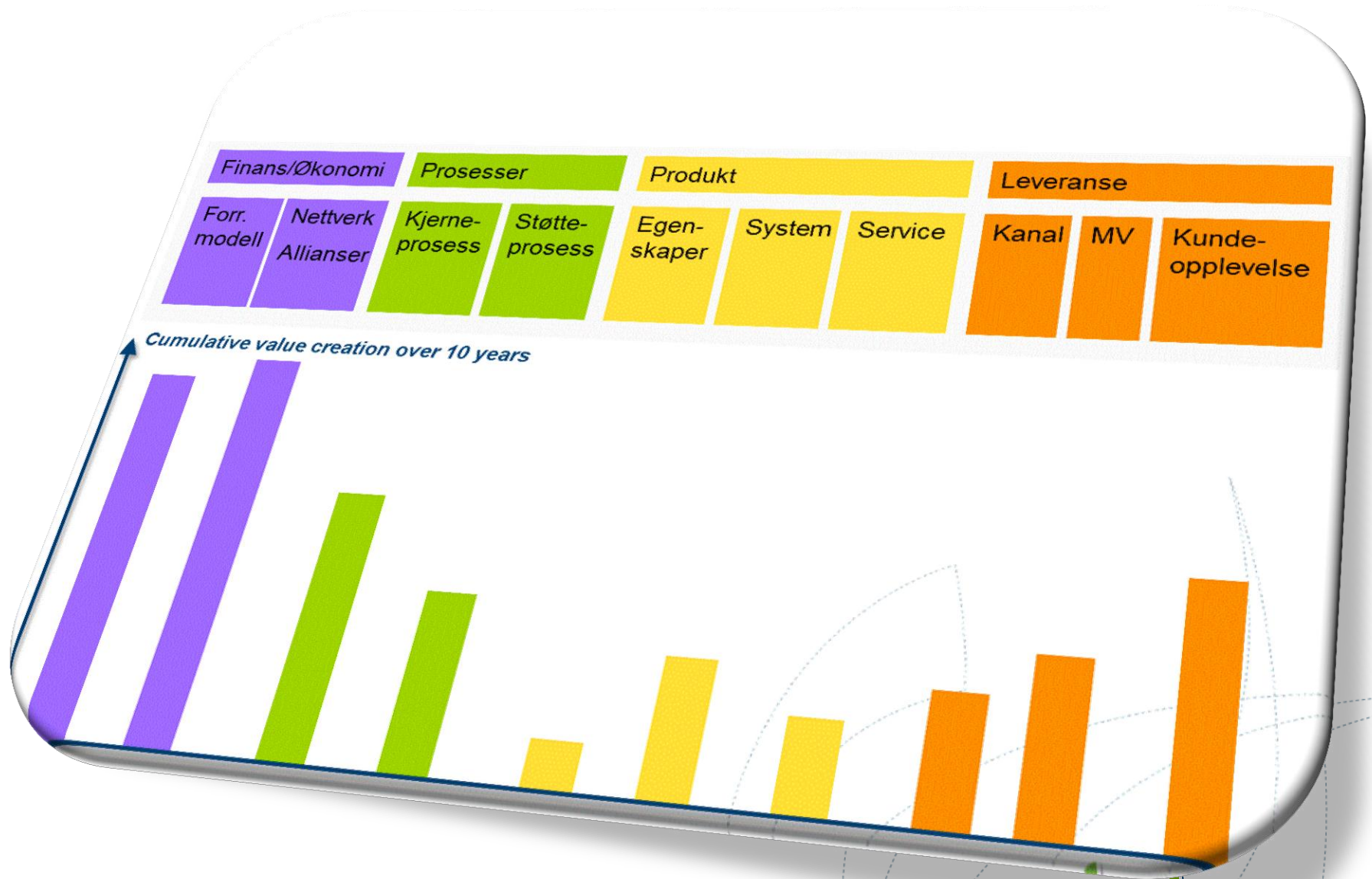
# ”Alle jobber med produktutvikling...



Volume of innovation efforts over 10 years



...men det er ikke det som gir høyest verdiskapning”

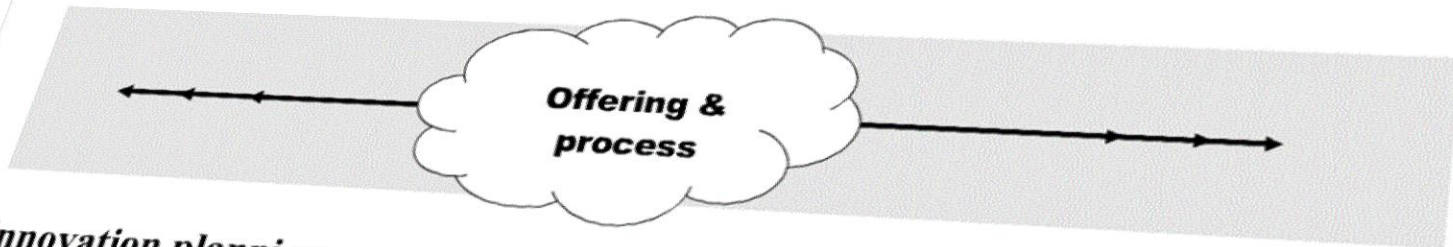


Vi ønsker å bevege oss fra prosess og produkt mot forretningsmodeller og distribusjon. Flere dimensjoner.

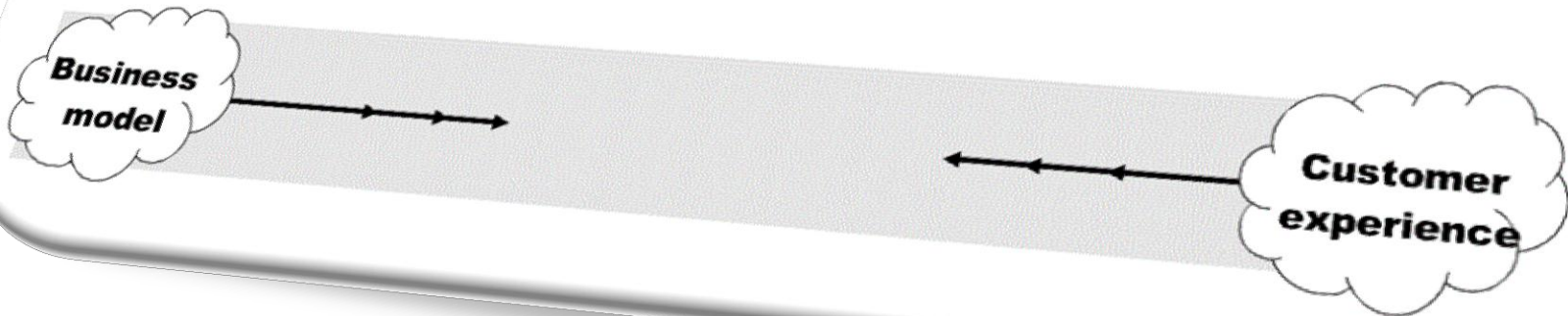
### Using innovation types strategically



Core competence planning:



Innovation planning:



# Tradisjonell produktutvikling versus Strategisk innovasjon



Vi ønsker å stille alle spørsmålene i omvendt rekkefølge, for å fokusere på forbrukerens behov



1. Hvorfor innovasjon?

2. Modell for SME'er slik at de kan jobbe med åpen innovasjon

3. Eksempel på et åpent innovasjonsprosjekt

# Innovasjonsprosessen

Fremtidsbilde

Analyse

Idegenerering

Ideutvikling

Teknologi og  
prototyper

Uttesting i  
marked

Lansering

Nofima sin innovasjonsprosess er godt egnet for SME'er (små mellomstore bedrifter) som vil jobbe med åpen innovasjon. Bedriftene / partnerne samarbeider på områder der konkurransen er mindre.

# Innovasjonsprosessen

Fremtidsbilde

Analyse

Idegenerering

Ideutvikling

Teknologi og prototyper

Uttesting i marked

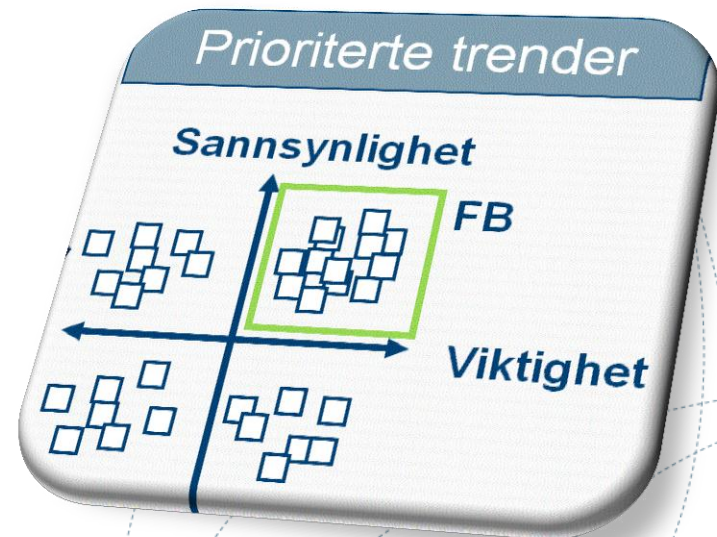
Lansering



**Fremtidsbilder: fremtidsbilder er ”vår beste vurdering for fremtiden”**

Et godt verktøy for å identifisere viktige endringsretninger.

Et god arbeidsmetode for høy involvering i strategiarbeid.



# Innovasjonsprosessen

Fremtidsbilde

Analyse

Idegenerering

Ideutvikling

Teknologi og prototyper

Uttesting i marked

Lansering

## Analyse: Å forstå forbrukerbehov

Observasjoner gir ny innsikt om forbrukerbehov som skal dekkes og hvilken jobb de skal gjøre

Mange forbrukere sier en ting, og gjør noe ganske annet .

Observasjon gir ny innsikt om forbruker, produkt, marked, spisesituasjon osv. som vi ikke visste om eller ikke tenkte over fra før.

Behov = "Jobben" som skal gjøres for å dekke et forbrukerbehov



Hva er felles for disse?

Begge har en definert jobb - de dekker behov.

# Innovasjonsprosessen

Fremtidsbilde

Analyse

Idegenerering

Ideutvikling

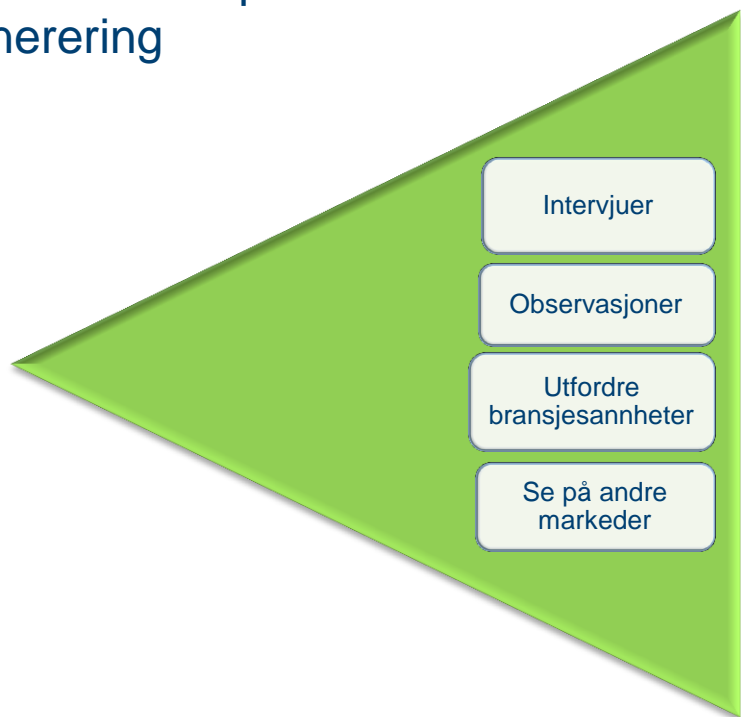
Teknologi og prototyper

Uttesting i marked

Lansering

Analyse gir ny innsikt om forbrukerbehov som kan / skal møtes og innsikt fra analysen danner plattformer for idegenerering

Plattformer: en definert situasjon som beskriver behov identifisert gjennom observasjon og innsikt i en analysefase

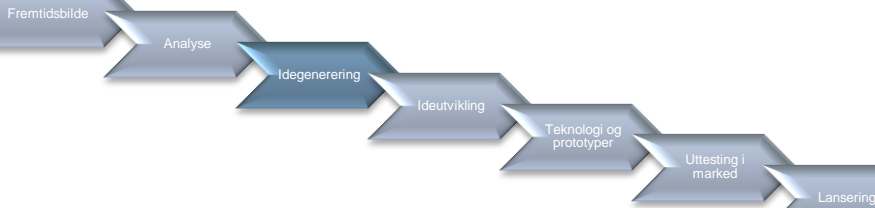


Divergerende tenkning



Plattformer for idegenereringer.

# Innovasjonsprosessen



Idegenerering over plattformer og dimensjoner gir innovasjons porteføljen. Dimensjonene vil være **Forretningsmodell**, **Kjerneprosesser**, **Service**, **Kanal** og **Kundeopplevelse**

Plattformer for idegenereringer.

Ide-generering

Forretningsmuligheter

Innovasjons portefølje

Dimensjoner



# Innovasjonsprosessen

Fremtidsbilde

Analyse

Idegenerering

Ideutvikling

Teknologi og prototyper

Uttesting i marked

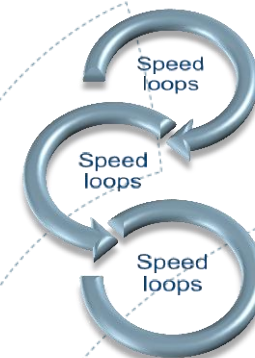
Lansering

## Ideutvikling, teknologi og prototyper:

Her ligger mye av kjernekompetansen til Nofima. Speed loops: det utvikles enkle prototyper etterfulgt av piloter. Disse blir testet ut i markedet gjennom små eksperimenter.

Gjennom prototyper, som også kan være bilder og beskrivelse av tenkte produkter, kan vi observere reaksjoner og adferd. Dette gjøres for å få ny innsikt til videre forbedring av produktene og forretningsmulighetene

Speed loops: Uttesting i markedet i begrenset periode med ulike piloter etterfulgt av evaluering. Eksperimentene vil bli mer omfattende og i større grad ta i bruk prototyper



1. Hvorfor innovasjon?

2. Modell for SME'er slik at de kan jobbe med åpen innovasjon

3. Eksempel på et åpent innovasjonsprosjekt



**Finansiert av :**  
FFL - Statens landbruksforvaltning



Statens landbruksforvaltning  
Norwegian Agricultural Authority

**Disse har bidratt i prosjektet :**  
"Verdiskapning i kornbransjen gjennom  
åpen innovasjon"



**Tau Mølle**  
TRADISJON SIDEN 1855



Rosenborg Bakeri as

**W. B. SAMSON**

Bakerverer siden 1894



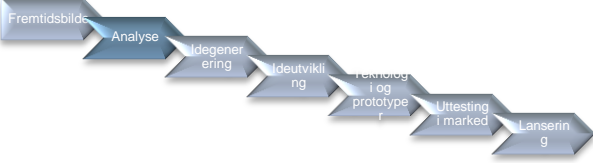
**BRØD  
& KORN**

WWW.BRODOGKORN.NO

DesignHub\*Norway



# Eksempler på innsikter



## Ingen kjøper gave hos baker'n

I Japan observerte vi mange gavepakninger med stor fokus på emballasjen. Hvorfor skulle dette være utenkelig i Norge?



## Baker bli ved din lest!

I London fant vi få tradisjonelle bakerier. De hadde større utvalg og bedre service. Har tiden løpt fra det norske bakeriutsalget?



## I bakvendtland fryser forbrukerne ferske brød

Hva er vitsen med å bake ferske brød hvis de havner i fryser'n? Hadde forbrukerne gjort dette hvis de alltid hadde fått tak i ferskt brød når de trengte det?



# Innsikten danner grunnlag for plattformer som skal inspirere til mange idéer

Idégenerering

## LØSNINGER, IKKE PRODUKTER

*Jeg har et behov som skal dekkes*

*Livet består av rutiner og spesielle anledninger. Produkter må passe inn, ellers er de verdiløse.*



### Observasjoner

- Ikke rene bakerier i London - alle hadde noe ekstra
- Praktiske løsninger for grøt i London
- Konfektesker med kaker i Japan
- Fokus på innpakning i Japan
- Mange deler opp wienerbrød o.l. selv
- Ikke noe «grillkampanje» på cerealer
- Tine Go' Morgen - eks. på løsning

*Vi spiser frokost, lunsj, middag, kveldsmat. Vi spiser snacks og mellommåltider. Noen ganger har vi det travelt, mens andre ganger skal vi imponere gjestene våre.*

*Vi skal feire noe. Vi trenger en gave. Vi skal oppmuntre barna. Livet består av anledninger, og produkter kan ha en rolle i dette. Hvem fant på at vi må feire med Champagne?*

*Egentlig er jeg ikke så interessert i produktene i seg selv. Produktene er middelet, ikke målet.*

### Innsikt

- Ingen kjøper gave hos baker'n
- Havregryn er en råvare på linje med mel
- I helgen vil vi unne oss noe ekstra
- Pensjonister er også kunder
- Fastelaven er eneste høytid i bakebransjen

# Innsikten danner grunnlag for plattformer som skal inspirere til mange idéer

Idegenerering

## SELVGJORT ER VELGJORT

*Vi vil legge siste hånd på verket selv*

*Men baker'n kan godt hjelpe oss på vei*



### Observasjoner

- Høyt salg av kakemixer
- Finner ikke ferskt sukkerbrød i dagligvarehandelen
- Freia gelé opfattes som selvgjort

*Jeg vil gjerne føle at jeg lager maten selv, men det er ikke så mye som skal til - bare jeg kan sette mitt personlige preg på resultatet. Eller engasjere barna i noe de mestrer.*

*Det er gøy å kunne gjøre noe selv. Dessuten kan jeg få det helt rykende fersk og glede meg over god lukt på kjøkkenet. Nå får vi produkter vi legger rett på grillen, men vi vil forstøtt grille selv! Kunne vi ikke gjøre det samme med bakerevarer?*

### Innsikt

- Jeg vil sette kronen på verket selv
- Lukten av nybakte boller går til fuglene
- Å lage gelé fra bunnen av...

# Innsikten danner grunnlag for plattformer som skal inspirere til mange idéer

Idégenerering

## DER JEG ER, NÅR JEG VIL

*Distribusjon på forbrukerens premisser*

*Ferske varer når jeg helst vil ha det*



### Observasjoner

- Automatene i Japan
- Mange kjøper brød for hele uka og fryser ned
- Varme, duftende boller på bensinstasjon
- Noen skjærer opp og fryser brød for så å ta opp det antall skiver man trenger

*Når baker'n tar brødene ut av ovnen, sover jeg. Når jeg har mest lyst på nybakt brød, har baker'n fri.  
Gikk det ikke an å tenke helt annerledes? Brød skal vi jo ha hver dag året rundt.*

*Gi oss i dag vårt daglige ferske brød!*

### Innsikt

- I bakvendtland fryser forbrukerne ferske brød
- I hylla er det tomt for brød når JEG handler
- Søndag spiser vi gammelt brød
- Baker bli ved din lest

# Innsikten danner grunnlag for plattformer som skal inspirere til mange idéer

Idégenerering

## NATURLIG VELVÆRE

*Det gode liv er en sunn balanse*

*Sunt, naturlig og godt kosthold er en del av min moderne og aktive livsstil*



### Observasjoner

- Helse og velvære som trend i London
- Suksessen til Whole Foods
- Ernæring og sammensetning (balanse) er en naturlig del av måltidet i Japan

*Jeg ønsker å se godt ut. Jeg vil ha et aktivt og spennende liv, og derfor ønsker jeg å være sunn og i god form. Dietter som smaker vondt er ikke noe for meg. Jeg spiser god mat, men er selvfølgelig bevisst på at jeg skal få i meg nok fiber, vitaminer og antioksidanter. Det handler om å tenke helhetlig og finne en sunn balanse.*

### Innsikt

- Havregryn er en råvare på linje med mel
- Samme middag, hvert sitt brød
- Tomt for brød, spis knekkebrød

# Innovasjons porteføljen

Idegenerering

The image displays 15 red innovation cards, each representing a different food product. Each card is structured as follows:

- Title:** A number followed by the product name (e.g., 1. Rett fra jobben, 5. Sprøbrød, 6. Skolematboksen, 7. Frokostbyggesett, 9. Kakebyggesett 1-2-3, 10. Kakegave, 11. Bakeprat, 12. Bøtteleig, 13. Bøtteleig, 14. Delikatessebake, 15. Automatbaker'n).
- Description:** A short paragraph describing the product's benefits and features.
- Image:** A central image showing the product, such as a sandwich, a box of food, a bread roll, a breakfast set, a cake, a gift box, a red bucket, or a bakery machine.
- Product Name:** A red box containing the product name and a small image of the product.
- Contact Information:** A small box at the bottom right of each card containing the company name and contact details.

# Ideutvikling, teknologi og prototyper

Ideutvikling

Teknologi og  
prototyper

## 5 Sprøbrød; Dip-skjeer

Forretningsmulighet:  
- Vi utvikler en helt ny kategori produkter som skal konkurrere med knækkebrød, flatbrød og smørbrødkjele.  
- Produktene er moderne, sprø, sunne og supergode.

Konseptvarfart:  
- Dip-skjeer passer til dip, suppe, tapas, vin og annet kveldskos.  
- Konseptet kan kobles mot andre varer, f.eks. melerprodukter.



Mulighet for hefte med  
beskrivelser inne i boksen.

Sprøbrød

Brandgarden  
DesignHub  
Nofima  
1. mars



# Ideutvikling, teknologi og prototyper

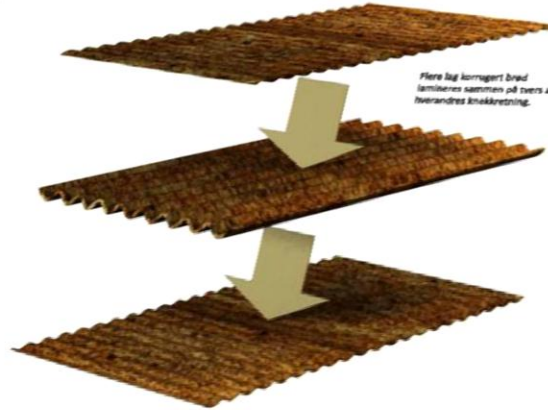
Ideutvikling

Teknologi og prototyper

## 5 Sprøbrød; Krysslaminering

**Forretningsmulighet:**  
- Utvider en helt ny kategori produkter som skal konkurrere med knøkkbrød, flatbrød og småbrødsleks.  
- Produktene er moderne, sprø, sunne og supergode.

**Konseptvariant:**  
- 7a fast i en salmpe ved eksisterende varianter; smuldrysing.  
- Krysslaminering hindrer villårlig knøkkemønster og øker bruksområdene, f.eks. spising i bilen.



Fjere lag korrigert brød lamineres sammen på tvers av hverandres knøkketrening.



Krysslaminering



Sprøbrød

Brandgarden  
DesignHub/Norway  
Nofima M  
1. mars

Brandgarden  
DesignHub/Norway  
Nofima M  
1. mars

# Ideutvikling, teknologi og prototyper

Ideutvikling

Teknologi og prototyper



# Ideutvikling, teknologi og prototyper

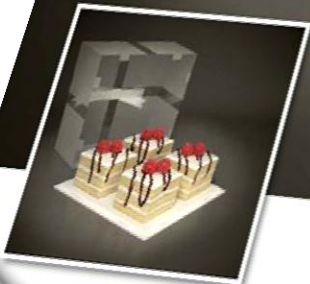
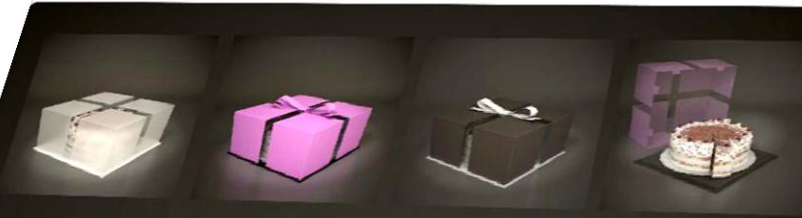
Ideutvikling

Teknologi og prototyper

## 10 Kakegave

**Forretningsmulighet:**  
- En flott gaveeske med mange ferske, små smaksopplevelser.  
- En like selvfølgelig gave som konfekt, vin og blomster.

**Konseptvurdering:**  
- Polypropylene lokk med differert transparenss på fast bunn.



Kakegave

Brandgarden  
DesignHub\*Norway  
Nofima M  
1. mars

Brandgarden  
DesignHub\*Norway  
Nofima M  
1. mars

Brandgarden  
DesignHub\*Norway  
Nofima M  
1. mars

Brandgarden  
DesignHub\*Norway  
Nofima M  
1. mars