

Invitation til dialogvirksomheder

Innovation og disruption i din virksomheds dagligdag

Innovative samt bedre og mere succesfulde produkter er ikke noget der opstår af sig selv. Både de radikale og de mere inkrementielle innovationer, og i nyere tid disruptions, er alle kommet fra en dyb kundeforståelse og forretningsmæssig nytænkning. Hvad stopper iøvrigt dig fra at lave den næste Mobile Pay eller din branches iPhone?

Det er ikke ønsketænkning, at du kontinuerligt kan udvikle og levere bedre produkter end konkurrenten, levere bedre services der rammer brugernes behov og udvikle nye og mere innovative løsninger.

Hemmeligheden ligger i at benytte såkaldt designtænkning i virksomhedens strategi. Her håber vi imidlertid ikke at virksomhedsledelsen og business development afdelingen korsrer sig alt for meget og tænker at farver og former ikke har noget at gøre på direktionsgangen.

Som Steve Jobs sagde, *"så handler design nemlig ikke om hvordan produkter og services ser ud, men i højere grad om hvordan de virker."*

'Design tænkning' er mere og andet end et kreativt fagområde. Det er strategisk og struktureret udviklingsarbejde. Det er brugerforståelse og forretningsindsigt koblet tæt sammen i processer der beviseligt skaber mere innovative løsninger.

I stedet for at sende dine designere og kreative ressourcer på endnu et UX-, UI- eller lignende designkursus, så burde du tænke på hvordan du kan få deres viden, metoder og effekten af deres arbejde til at mangedobles i din organisation. **Designdrevene virksomheder har nemlig gennem de sidste 10 år udkonkurreret deres konkurrenter med 219%.**

Virksomheder der med stor succes har benyttet sig af designtænkning i deres strategi og udvikling kommer i alle størrelser og brancher og det er ikke kun Apple, IBM og Coca Cola der benytter sig af det. Der findes masser af relevante og demografisk nære eksempler indenfor **Transport**; Molslinjen, **Telefoni**; Call Me: **Husholdningsprodukter**; Wilfa, **Bank**; Lån&Spar Bank, **Energi**; DONG og mange mange flere.

"Design thinking can be described as a discipline that uses the designer's sensibility and methods to match people's needs with what is technologically feasible and what a viable business strategy can convert into customer value and market opportunity." – Tim Brown CEO, IDEO

Vil du forbedre din virksomheds konkurrenceevne? Så tilmeld dig inden din konkurrent, da vi ikke optager virksomheder der konkurrerer på samme marked. *Der er et begrænset antal pladser.*

Kurset er en efteruddannelse med fire workshopdage henover efteråret og med fokus på virksomhedernes situation. Da projektet er støttet med udviklingsmidler fra Lifestyle & Design Cluster er det gratis at deltage. Dog skal der registreres timer på projektet.