

Managementul inovării

Instrumente de lucru pentru eficientizarea inovării

Subiecte

Strategia entitatilor,
Clusterelor
RIS3



CUM ÎNȚELEGI ?

Efectuați analize regionale ale politicilor de cluster.

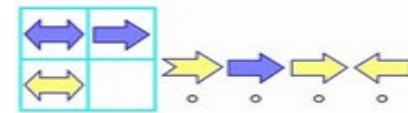
Dezvoltarea
instrumentelor
inovatoare



CUM INVETI?

Audituri de inovare a clusterelor,
sesiuni de instruire în afaceri și
inovare

Initiative pilot



**CUM TESTEZI SI
VALIDEZI?**

Implementarea a 5 proiecte-pilot
pe teme transversale

Recomandări de
politici



**CUM TRANSMITI
FEEDBACK?**

Elaborarea comună a
programului clusterului

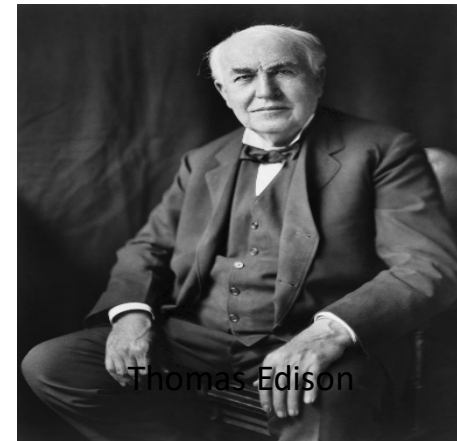
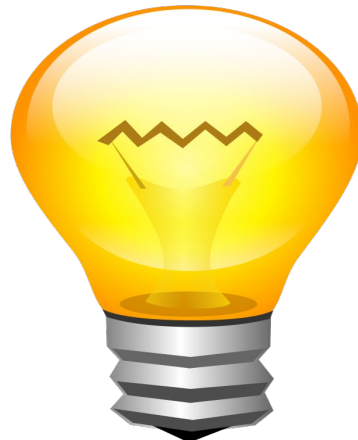
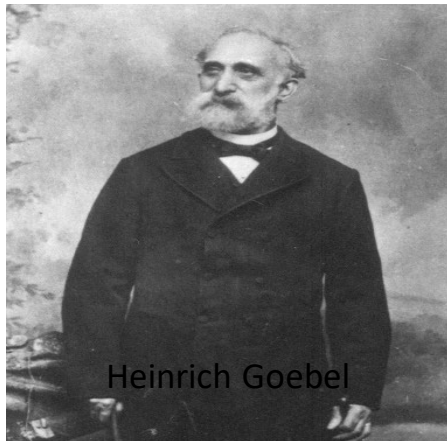
Invenție vs inovație

Invenție:

- Crearea unei noi idei sau procese
- Se referă la o idee nouă, care va fi transformată într-un rezultat tangibil, aplicabil pe piața.

Inovație:

- Implementarea profitabilă a ideilor
- Inovație = Invenție + Adaptare la piață + Difuzare / Promovare
- În esență, o afacere: comercializarea unei idei sau a unui proces nou



Inovație - Categori

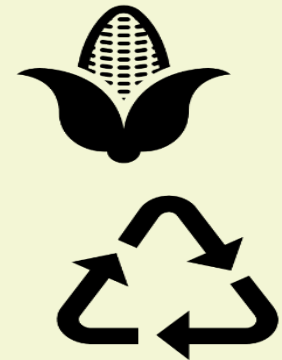
Categorii de inovatii

Inovarea produsului

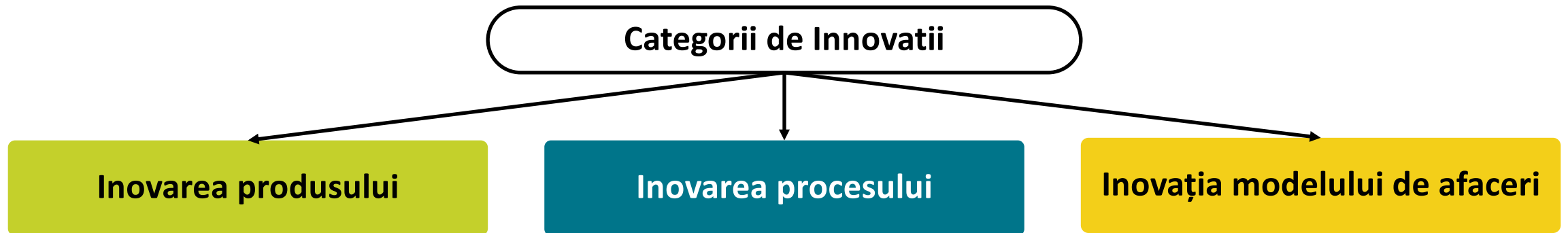
Inovarea proceselor

Inovarea modelului

- Produs sau serviciu nou / îmbunătățit
- Conduc de progresele tehnologice, schimbările în cerințele clienților etc.
- Direcționarea pentru creșterea cererii de produse
- Exemple: porumb tolerant la secetă, servicii pentru colectarea și reutilizarea deșeurilor



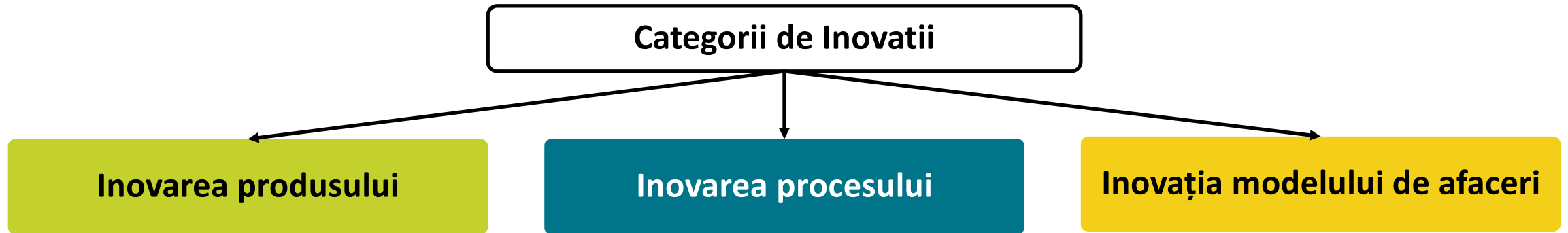
Inovație - Categori



- Procese de afaceri noi / îmbunătățite
- Pentru a îmbunătăți procesele de producție
- Pentru a îmbunătăți instrumentele / tehnicile / software-ul folosit pentru a ajuta la lanțul de aprovizionare / sistemele de livrare
- Pentru a îmbunătăți vânzările și întreținerea produselor / serviciilor
- Exemple: monitorizarea recoltei de către senzori / drone, afacerea digitala cu semințe



Inovație - Categori

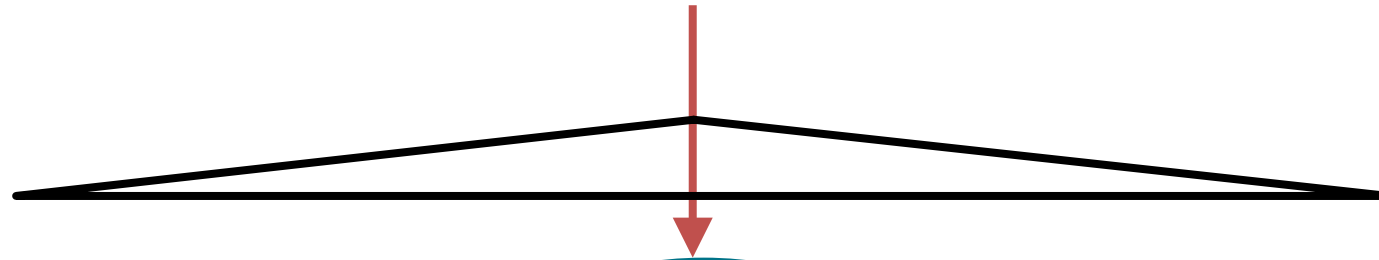


- Model îmbunătățit prin care produsele sau serviciile sunt aduse pe piață
- Adesea vine împreună cu schimbări majore și un mare potențial perturbator pentru un sector / industrie
- Exemple din viața de zi cu zi: Uber, IKEA

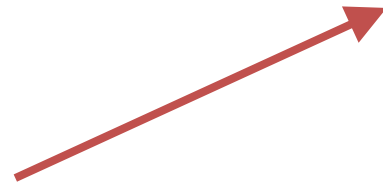


De ce să inovăm?

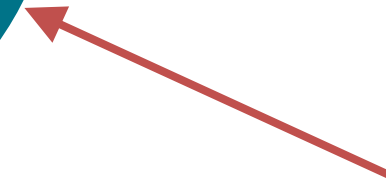
Globalizare



Explozie de cunoștințe



**Mediu
inconjurator**

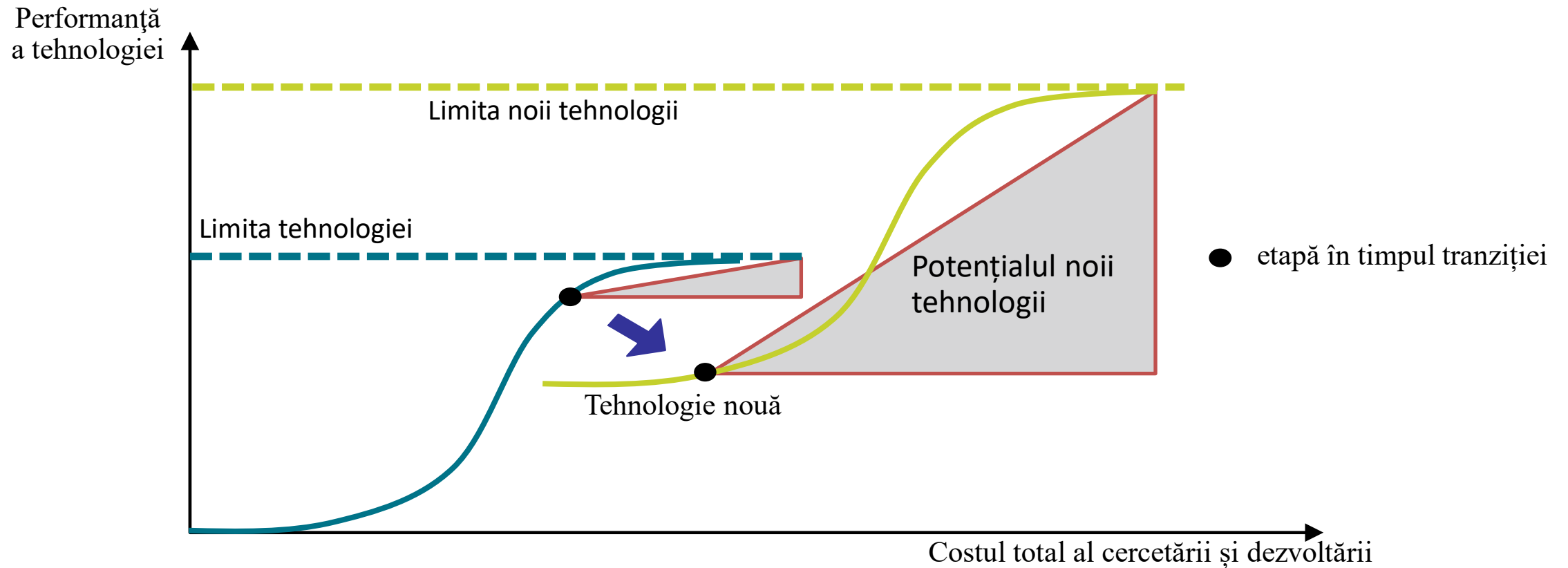


Tehnologia
Informatiei

De ce să inovăm?

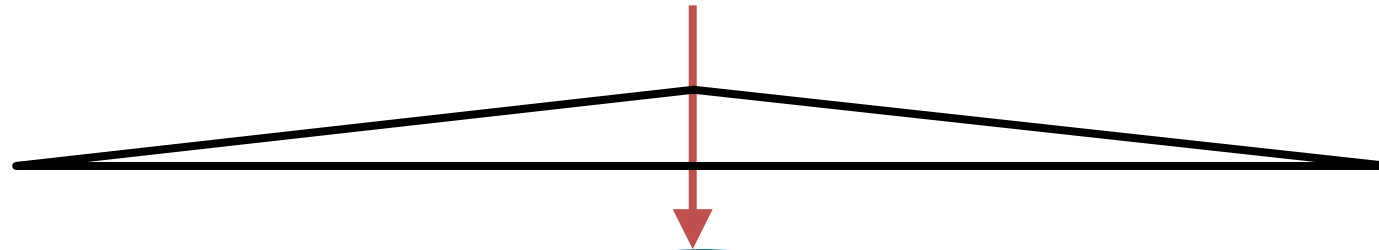
Îmbunătățire vs. Inovație

„Nu se poate descoperi electricitatea încercând să îmbunătățească lumânarea”



De ce să inovăm?

Globalizare



Să rămână în viață!

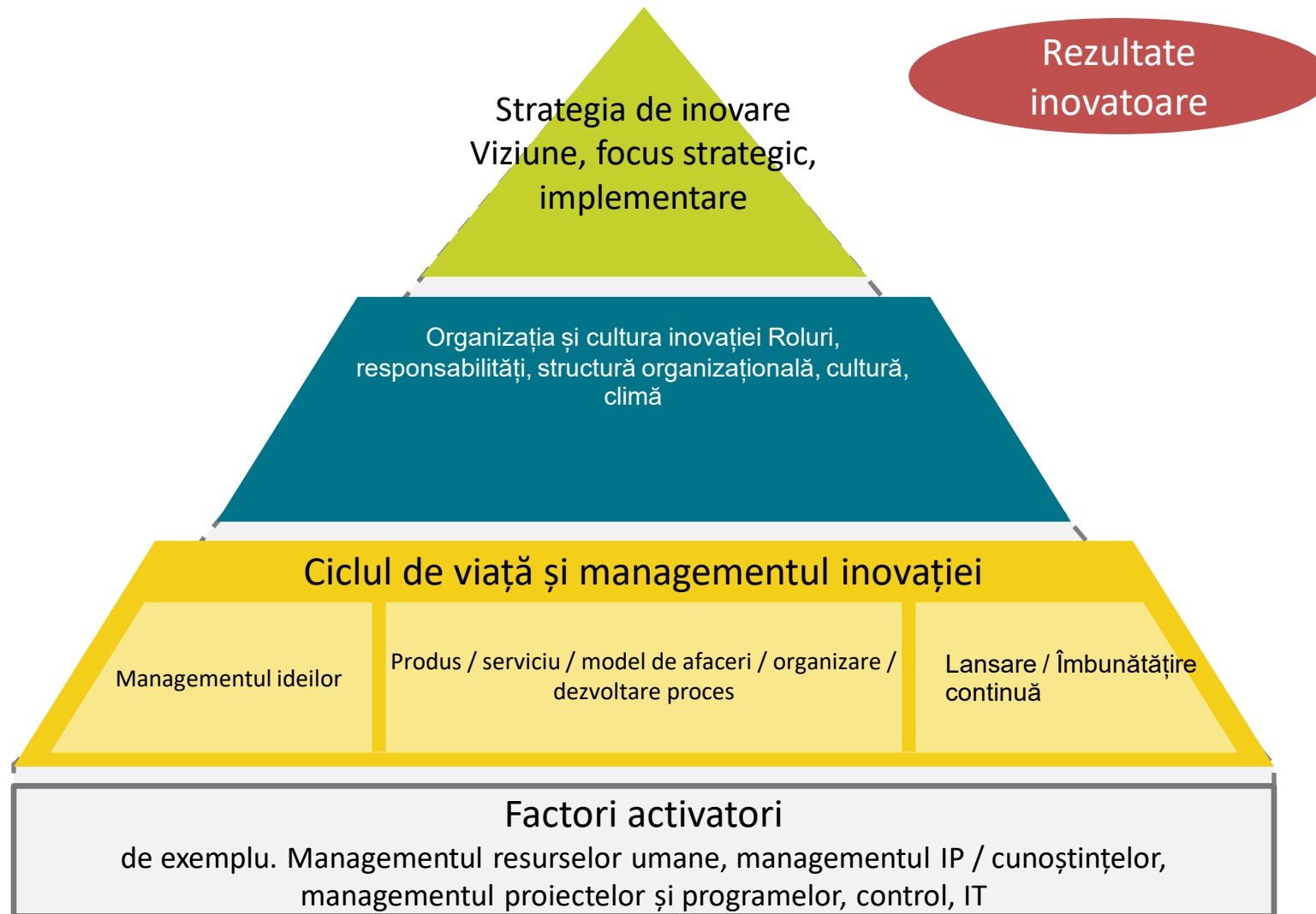


Explozie de cunoștințe

**Mediu
inconjurator**

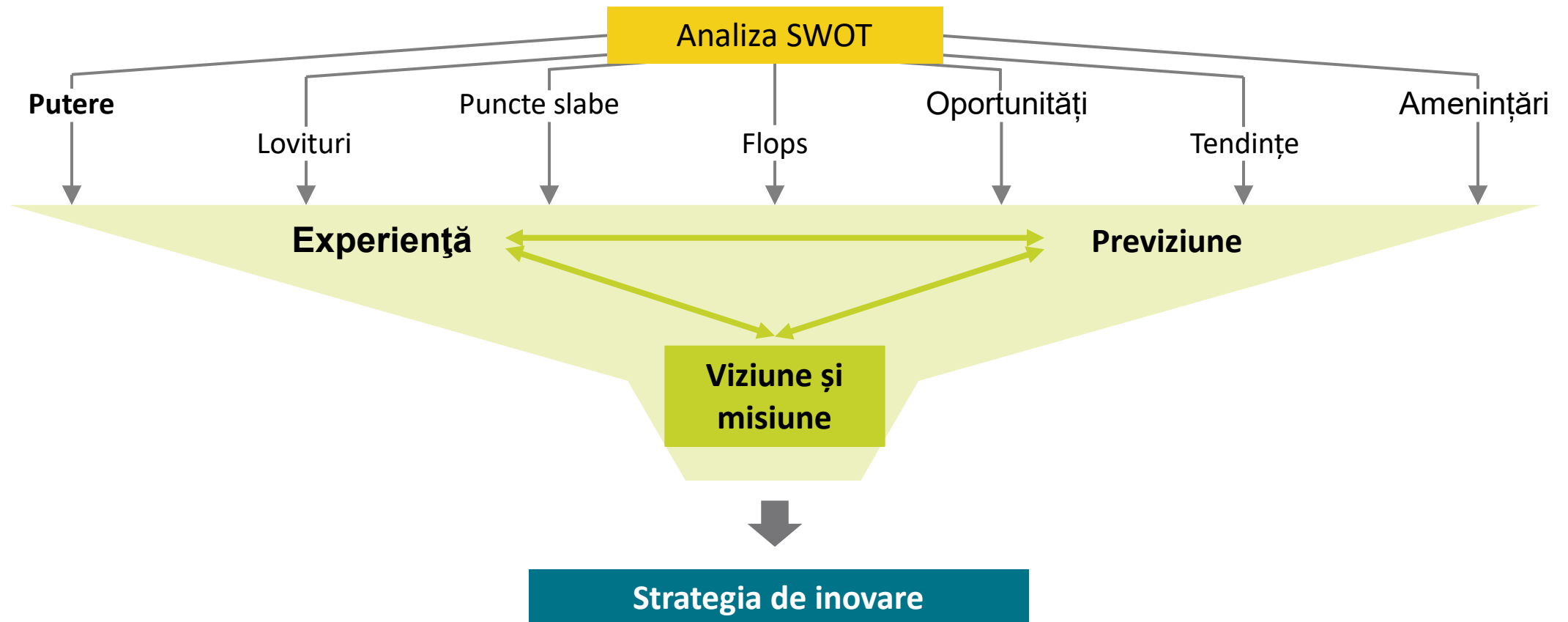
Tehnologia
Informatiei

Casa Inovației Kearney



Strategia de inovare

- Aflați din trecut - cunoașteți prezentul - imaginați-vă viitorul
- Proces sistematic și rațional



Strategia de inovare

Strategia de inovare

- Definește planificarea sistemică, implementarea, gestionarea și controlul proceselor și activităților de inovare



Unde vrei sa mergi?

→ Viziune și misiune



De cine / de ce ai nevoie?

- Parties Părți interesate / parteneri potențiali resources
- Resurse, structuri, procese necesare



Cum vei ajunge acolo?

- Responsabilități
- Termenele limită
- Monitorizare, evaluare, protecție, comunicare etc.



De ce o faci?

- În exterior sau în interior
- Avantaj competitiv
- Relația activităților între ele

Declarație de viziune și misiune

Declarație de viziune

- Descrie unde vrei să fii în viitorul pe termen mediu sau lung
- Servește ca bază pentru un plan strategic larg
- Provocator, inspirat

Declarație de misiune

- Prezintă modul în care vei ajunge acolo unde vrei să fii (scopul principal)
- Direcționează operațiunile de zi cu zi și luarea deciziilor
- Definește clienții / clienții, produsele / serviciile furnizate
- Precizează ceea ce face ca produsele / serviciile să fie unice

Exemplu: Unilever

„Să facem viața durabilă banală. Credem că acesta este cel mai bun mod pe termen lung pentru dezvoltarea afacerii noastre ”



„Pentru a adăuga vitalitate vieții. Satisfacem nevoile zilnice de nutriție, igienă și îngrijire personală cu mărci care îi ajută pe oameni să se simtă bine, să arate bine și să obțină mai mult din viață.

Viziune și misiune - Cum să ajungi acolo!

Format

- Scurt, maxim 2 propoziții
- Timpul prezent

Orizont de timp

- 5-10 ani în viitor
- Destul de ambițios (interesant, dar nu de atins)

Limba

- Clar, concis, specific organizației, fără jargon, metafore, cuvinte buzz
- Suficient de simplu pentru oamenii din interiorul și din afara organizației
- Fără cuvinte deschise interpretării (de ex. „Maximizarea randamentului acționarilor”)

Viziune

- Concentrează-te asupra obiectivelor tale
- Oferiți direcție către munca dvs. de zi cu zi
- Oferiți un motiv pentru munca pe care o faceți
- Concentrați-vă pe ceea ce face afacerea dvs. pentru ceilalți - modul în care vă ajutați clienții și inspirați angajații
- Descrieți un rezultat unic pe care numai dvs. îl puteți oferi
- Revizuieste și creează o nouă viziune după achieving

Misiune

- Răspundeți la întrebarea „Ce trebuie să fac pentru ca viziunea mea să se întâmple?”
- Descrieți ceea ce faceți / scopul dvs. principal
- Descrieți cum faceți ceea ce faceți / cum operați în general
- Descrie de ce faci ceea ce faci / pasiunea ta
- Analizați continuu misiunea, schimbați-o în funcție de schimbările de viziune

Foaia de parcurs pentru inovare



Foaia de parcurs pentru inovare: instrument de planificare participativă:

Stabiliți obiective - obțineți un plan de acțiune - monitorizați progresul

Descompune procesul de la prima idee până la implementarea cu succes în pași mai mici (mai bine gestionabil / controlabil)

Permite mai multă agilitate decât planul de proiect rigid (repere clar definite și „drum” adaptabil între)

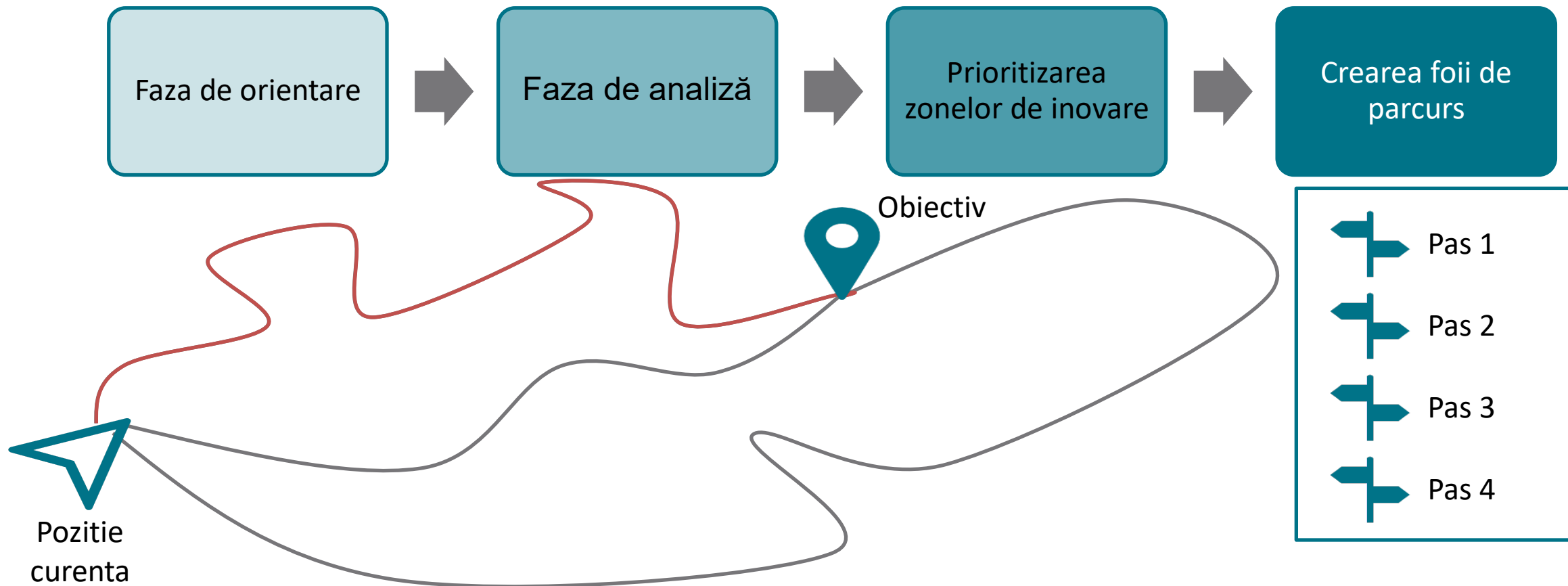


Aliniază toți contributorii, maximizând utilizarea resurselor disponibile

Sprrijină reducerea riscurilor de investiții (fără investiții duplicate)

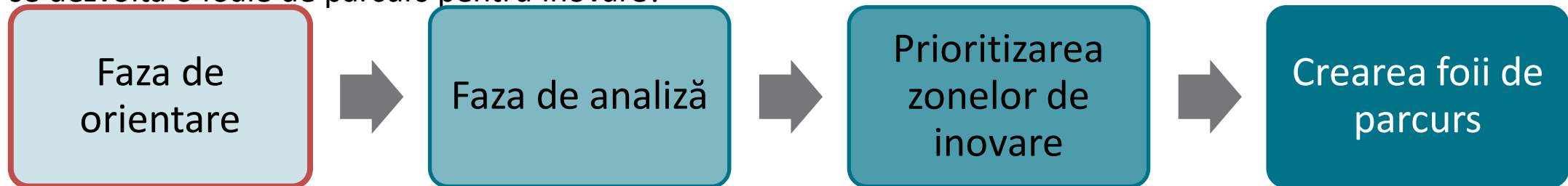
Foaia de parcurs pentru inovare

Cum se dezvoltă o foaie de parcurs pentru inovare?



Foaia de parcurs pentru inovare

Cum se dezvoltă o foaie de parcurs pentru inovare?



1. Faza de orientare:

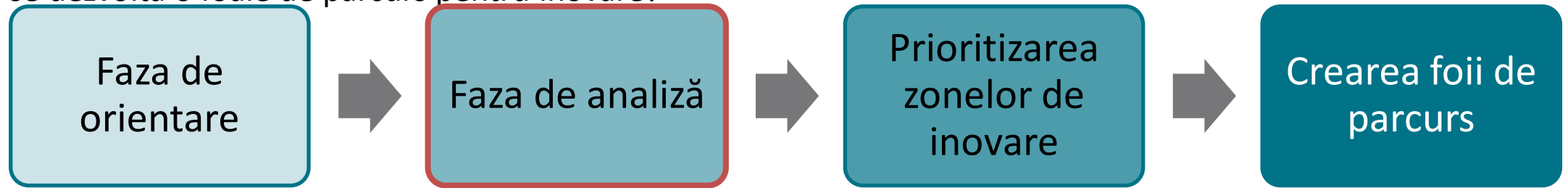
- Revizuieste-ți viziunea și declarațiile de misiune ca documente îndrumătoare

Definiți realizările preconizate ale foii de parcurs:

- domenii care trebuie acoperite (de exemplu, marketing, tehnologie)
- lucruri de reprezentat și controlat (de exemplu, tendințe)
- durata perioadei de planificare (de exemplu, pe termen scurt: 3 ani sau pe termen lung: 10 ani)

Strategia de inovare: Foaia de parcurs pentru inovare

Cum se dezvoltă o foaie de parcurs pentru inovare?



2. Faza de analiză:

- Cercetare și analiză intensivă pentru identificarea oportunităților, riscurilor, tendințelor etc.
- Instrumentele posibile sunt, de exemplu:
 - Analiza PESTEL: influențe macro-de mediu asupra organizației dvs.

Analiza PESTEL pentru un cluster „Agroalimentar”

Instrument pentru a analiza factorii macro-de mediu care au impact asupra performanței „imagine de ansamblu” care influențează o decizie / piață / potențială zonă de afaceri nouă

P	Politic	Politica guvernamentală (nivel federat / stat / local), stabilitatea politică, corupția, politica comercială externă, politica fiscală, dreptul muncii, restricțiile comerciale
E	Economic	Creșterea economică, ratele de schimb, ratele dobânzii, ratele inflației, venitul disponibil, ratele șomajului
S	Social	Rata de creștere a populației, distribuția în funcție de vârstă, atitudinile carierei, accentul asupra siguranței, conștiința sănătății, atitudinile stilului de viață, barierele culturale
T	Technologic	Incurajări tehnologice, nivel de inovație, automatizare, activitate de cercetare și dezvoltare, schimbări tehnologice, conștientizare tehnologică
E	De mediu	Vremea, clima, dezastrelor naturale, localizarea geografică, politicile de mediu, schimbările climatice, durabilitatea, presiunile ONG-urilor
L	Legal	Legile privind discriminarea, legile antitrust, legile privind ocuparea forței de muncă, protecția consumatorilor, legile privind drepturile de autor și brevetele, legile privind sănătatea și siguranța

Analiza PESTEL pentru clusterul „Agroalimentare”

Clasarea factorilor identificați PESTEL:

- Impactul factorului (mic - mare)
- Probabilitatea de impact (mic - mare)
- Impactul în timp (pe termen scurt, mediu, lung)
- Tipul de impact (efect pozitiv sau negativ)
- Dinamica impactului (semnificație / importanță crescând, scăzând, neschimbată)

P

E

S

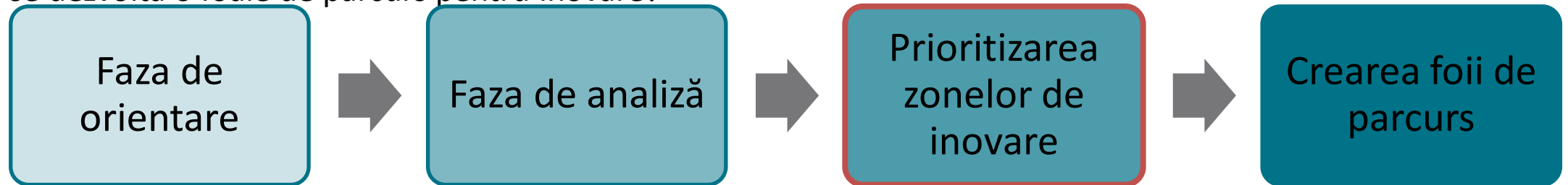
T

E

L

Strategia de inovare: Foaia de parcurs pentru inovare

Cum se dezvoltă o foaie de parcurs pentru inovare?

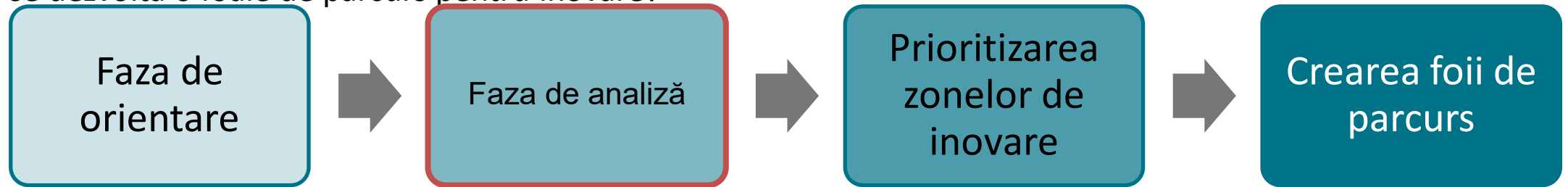


3. Prioritizarea zonelor de inovare

- Rezumați rezultatele și rezultatele analizelor efectuate, de ex. într-o analiză SWOT (instrument pentru a analiza punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările)

Strategia de inovare: Foaia de parcurs pentru inovare

Cum se dezvoltă o foaie de parcurs pentru inovare?



2. Faza de analiză:

- Cercetare și analiză intensivă pentru identificarea oportunităților, riscurilor, tendințelor etc.
- Instrumentele posibile sunt, de exemplu:
- Analiza PESTEL: influențe macro-de mediu asupra organizației dvs.
- Mai multe instrumente pot fi găsite în manual



Analiza SWOT

Puncte forte:

- Ce avantaje are afacerea dvs.?
- Ce faci mai bine decât oricine altcineva?
- Din ce resurse unice sau cu cel mai mic cost puteți folosi, pe care alții nu le pot folosi?
- Ce percep oamenii de pe piața ta ca punctele tale forte?
- Ce factori indică faptul că „câștigați afaceri”?
- Care este propunerea dvs. de vânzare unică (USP)?

Puncte slabe:

- Ce ai putea îmbunătăți?
- Ce ar trebui să evitați?
- Care sunt persoanele de pe piața dvs. susceptibile de a percepe ca punctele slabe ale dvs.?
- Ce factori vă determină să pierdeți afacerea?

S

W

Oportunități:

- Ce oportunități bune poți vedea?
- De ce tendințe interesante ești conștient?

O

T

Amenințări:

- Cu ce obstacole te confrunți?
- Ce fac concurenții tăi?
- Se schimbă standardele de calitate, cerințele de conformitate sau specificațiile pentru jobul, produsele sau serviciile dvs.?
- Schimbarea tehnologiei vă amenință poziția?
- Aveți datorii neperformante sau probleme cu fluxurile de numerar?
- Ar putea vreuna dintre slăbiciunile dvs. să vă amenințe serios afacerea?

Cum se aplică analiza SWOT unei strategii

Puncte forte:

- Ce avantaje are afacerea dvs.?
- Ce faci mai bine decât oricine altcineva?
- Din ce resurse unice sau cu cel mai mic cost puteți folosi, pe care alții nu le pot folosi?
- Ce percep oamenii de pe piața ta ca punctele tale forte?
- Ce factori indică faptul că „câștigați afaceri”?
- Care este propunerea dvs. de vânzare unică (USP)?

Puncte slabe:

- Ce ai putea îmbunătăți?
- Ce ar trebui să evitați?
- Care sunt persoanele de pe piața dvs. susceptibile de a percepe ca punctele slabe ale dvs.?
- Ce factori vă determină să pierdeți afacerea?

Oportunități:

- Ce oportunități bune poți vedea?
- De ce tendințe interesante ești conștient?

Amenințări:

- Cu ce obstacole te confrunți?
- Ce fac concurenții tăi?
- Se schimbă standardele de calitate, cerințele de conformitate sau specificațiile pentru jobul, produsele sau serviciile dvs.?
- Schimbarea tehnologiei vă amenință poziția?
- Aveți datorii neperformante sau probleme cu fluxurile de numerar?
- Ar putea vreuna dintre slăbiciunile dvs. să vă amenințe serios afacerea?

S W

O T

Can you use strengths to take advantage of opportunities?

Cum se aplică analiza SWOT unei strategii

Puncte forte:

- Ce avantaje are afacerea dvs.?
- Ce faci mai bine decât oricine altcineva?
- Din ce resurse unice sau cu cel mai mic cost puteți folosi, pe care alții nu le pot folosi?
- Ce percep oamenii de pe piața ta ca punctele tale forte?
- Ce factori indică faptul că „câștigați afaceri”?
- Care este propunerea dvs. de vânzare unică (USP)?

Puncte slabe:

- Ce ai putea îmbunătăți?
- Ce ar trebui să evitați?
- Care sunt persoanele de pe piața dvs. susceptibile de a percepe ca punctele slabe ale dvs.?
- Ce factori vă determină să pierdeți afacerea?

Oportunități:

- Ce oportunități bune poți vedea?
- De ce tendințe interesante ești conștient?

Puteți folosi punctele forte pentru a minimiza amenințările?

Amenințări:

- Cu ce obstacole te confrunți?
- Ce fac concurenții tăi?
- Se schimbă standardele de calitate, cerințele de conformitate sau specificațiile pentru jobul, produsele sau serviciile dvs.?
- Schimbarea tehnologiei vă amenință poziția?
- Aveți datorii neperformante sau probleme cu fluxurile de numerar?
- Ar putea vreuna dintre slăbiciunile dvs. să vă amenințe serios afacerea?

Cum se aplică analiza SWOT unei strategii

Puncte forte:

- Ce avantaje are afacerea dvs.?
- Ce faci mai bine decât oricine altcineva?
- Din ce resurse unice sau cu cel mai mic cost puteți folosi, pe care alții nu le pot folosi?
- Ce percep oamenii de pe piața ta ca punctele tale forte?
- Ce factori indică faptul că „câștigați afaceri”?
- Care este propunerea dvs. de vânzare unică (USP)?

Puncte slabe:

- Ce ai putea îmbunătăți?
- Ce ar trebui să evitați?
- Care sunt persoanele de pe piața dvs. susceptibile de a percepe ca punctele slabe ale dvs.?
- Ce factori vă determină să pierdeți afacerea?

Oportunități:

- Ce oportunități bune poți vedea?
- De ce tendințe interesante ești conștient?

S

W

O

T

Amenințări:

- Cu ce obstacole te confrunți?
- Ce fac concurenții tăi?
- Se schimbă standardele de calitate, cerințele de conformitate sau specificațiile pentru jobul, produsele sau serviciile dvs.?
- Schimbarea tehnologiei vă amenință poziția?
- Aveți datorii neperformante sau probleme cu fluxurile de numerar?
- Ar putea vreuna dintre slăbiciunile dvs. să vă amenințe serios afacerea?

Puteți reduce punctele slabe profitând de oportunități?

Cum se aplică analiza SWOT unei strategii

Puncte forte:

- Ce avantaje are afacerea dvs.?
- Ce faci mai bine decât oricine altcineva?
- Din ce resurse unice sau cu cel mai mic cost puteți folosi, pe care alții nu le pot folosi?
- Ce percep oamenii de pe piața ta ca punctele tale forte?
- Ce factori indică faptul că „câștigați afaceri”?
- Care este propunerea dvs. de vânzare unică (USP)?

Puncte slabe:

- Ce ai putea îmbunătăți?
- Ce ar trebui să evitați?
- Care sunt persoanele de pe piața dvs. susceptibile de a percepe ca punctele slabe ale dvs.?
- Ce factori vă determină să pierdeți afacerea?

Oportunități:

- Ce oportunități bune poți vedea?
- De ce tendințe interesante ești conștient?

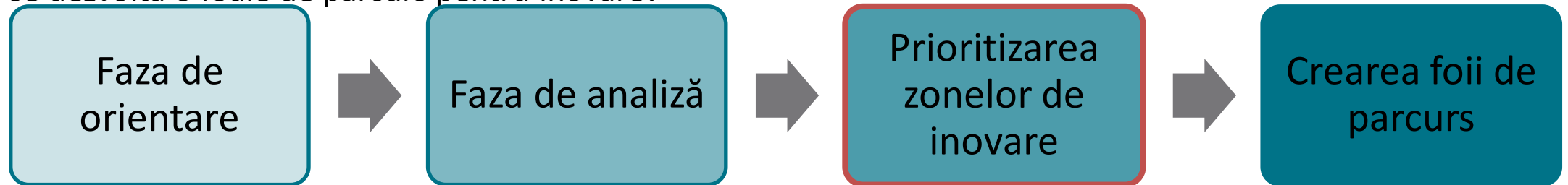
Puteți reduce punctele slabe pentru a evita amenințările?

Amenințări:

- Cu ce obstacole te confrunți?
- Ce fac concurenții tăi?
- Se schimbă standardele de calitate, cerințele de conformitate sau specificațiile pentru jobul, produsele sau serviciile dvs.?
- Schimbarea tehnologiei vă amenință poziția?
- Aveți datorii neperformante sau probleme cu fluxurile de numerar?
- Ar putea vreuna dintre slăbiciunile dvs. să vă amenințe serios afacerea?

Strategia de inovare: Foaia de parcurs pentru inovare

Cum se dezvoltă o foaie de parcurs pentru inovare?

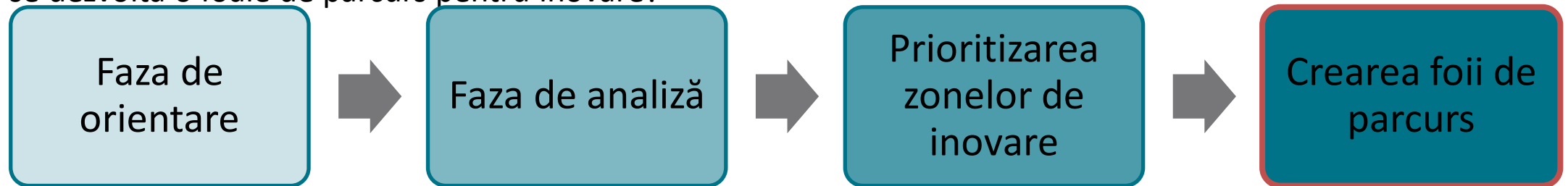


3. Prioritizarea zonelor de inovare

- Rezumați rezultatele și rezultatele analizelor efectuate, de ex. într-o analiză SWOT (instrument pentru a analiza punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările) ✓
- SWOT poate fi utilizat pentru a defini domenii / subiecte specifice inovației ca contexte pentru inovare
- Prioritizați domeniile sau subiectele de inovare, modificați sau adaptați-vă dacă este necesar

Strategia de inovare: Foaia de parcurs pentru inovare

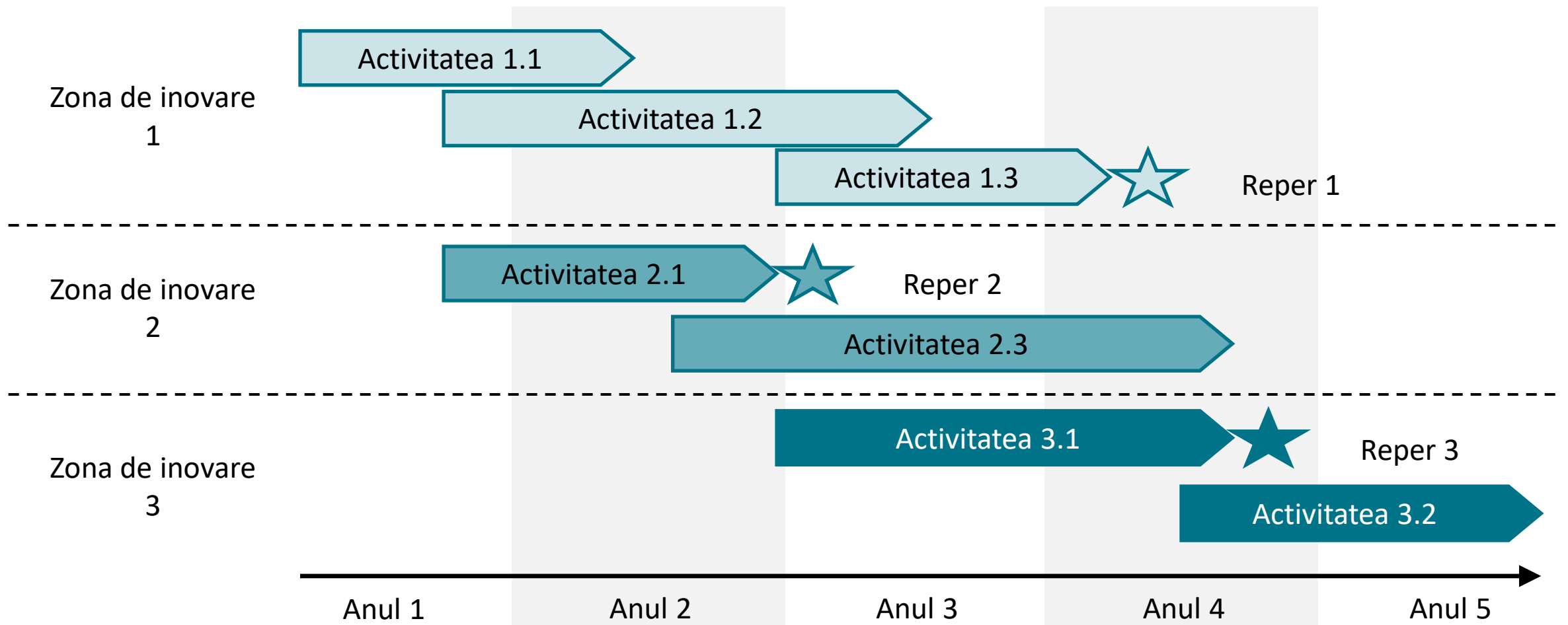
Cum se dezvoltă o foaie de parcurs pentru inovare?



4. Crearea foii de parcurs:

- Selectați domenii sau subiecte de inovație și grupați-le
- Trasați domenii sau subiecte de inovare pe axa timpului pe baza prioritizării
- Setări obiective specifice și indicatori cheie de performanță (KPI), de exemplu
- Creșterea recoltei cu X%
- Reducerea aplicării erbicidului cu X%
- Creșterea clienților cu X%
- Asigurați o calitate ridicată a foii de parcurs, adică toate informațiile esențiale sunt prezentate într-un mod clar și util și alegeți o prezentare grafică adecvată pentru distribuție și comunicare.

Foaia de parcurs pentru inovare



Procese de inovare



Crearea de idei

Unde pot obține idei noi?

În interiorul
organizației mele



- Încurajarea comunicării între colegi
- Promovarea colegilor care aduc idei noi și eficiente
- Organizarea atelierelor de creativitate
- Instruirea regulată a echipei managerilor

Creaiți o adevărată
cultură a inovației

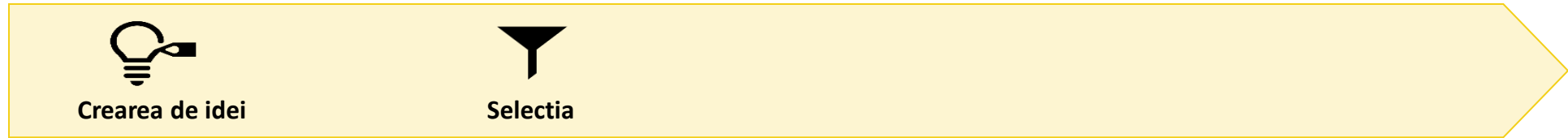
În afara
organizației mele



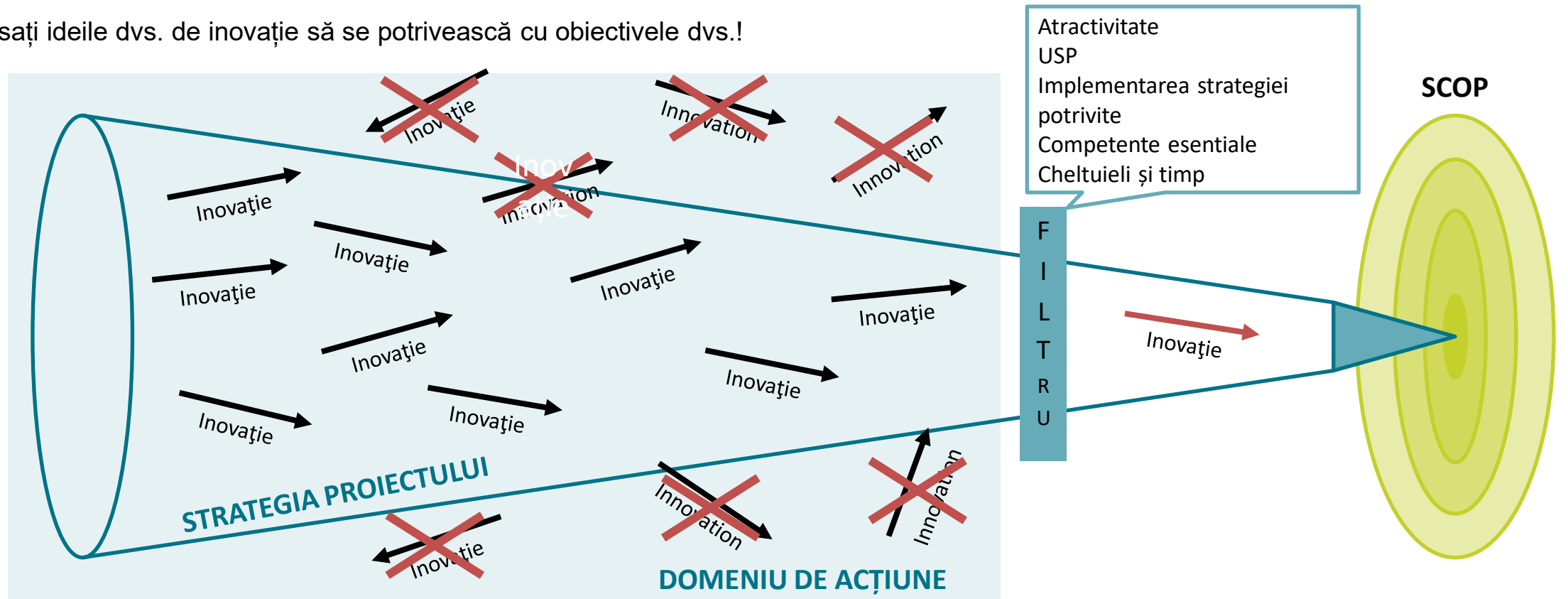
- Din grupul meu
- De la clientul meu
- De la furnizorul meu
- De la concurenții mei
- De la institutele de cercetare și universități

Urmăriți piața și
tehnologiile

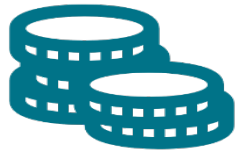
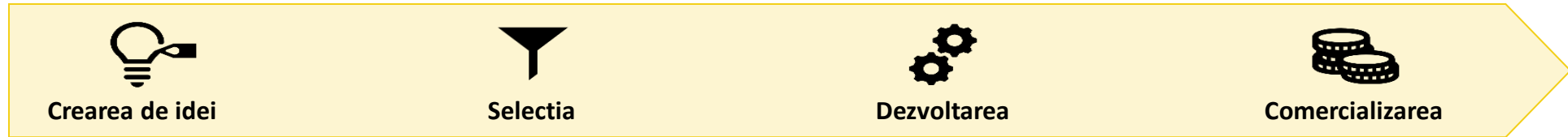
Procesul de inovare



Lăsați ideile dvs. de inovație să se potrivească cu obiectivele dvs.!



Procese de inovare



Planificarea
bugetară



Găsirea
partenerului



Implementare
și control



Promovare
și Marketing



Protecția proprietății
intelectuale

Rețeaua Centrului de transfer al Dunării (DTC)

- Obiectiv: încurajarea inovării și a transferului de cunoștințe între mediul academic și mediul economic
- Asistență și sprijin pentru organizațiile care doresc să-și îmbunătățească competitivitatea și dimensiunea internațională



Instrumente de lucru ale broker-ului de tehnologii

Instrumente de cautare pe piata

Daca sunt interesat:

- sa gasesc o tehnologie care sa duca la competitivitatea firmei sau sa devolve un anumit segment de piata.
- sa ofer o tehnologie competitiva care sa fie achizitionata de o alta firma

In aceste cazuri voi cauta promovarea prin:

- Inscrierea in baze de date specializate ca TO sau TR sau profil de firma
- Ma promovez prin metodologii larg cunoscute de parteneri
- Particip la targuri si expozitii sau la brokerage de tehnologii, intalniri b2b, misiuni economice.
- Promovarea o fac prin centre specializate, care au metode si metodologii cunoscute larg pe piata si participa la multe evenimente de profil

Retea de Centre de inovare si transfer tehnologic – sprijin pentru IMM-uri

- Este o retea cu organizatii suport de inovare.
- Sustinerea afacerilor mici si mijlocii este un punct central pentru a obtine competitivitate si locuri de munca.
- Lucrand cu organizatiile de afaceri locale, va putem ajuta sa:
 - Dezvoltati afacerea dvs in **noi piete**
 - Realizati transfer tehnologic, dezvoltare **de afaceri inovative** si **noi tehnologii**
 - Acces catre **finantari Europene** si **fonduri Europene**
 - Participarea IMM-urilor in programe internationale de **cercetare**.
- Suntem conectati printr-o baza de date puternica, impartim cunostintele si tehnologiile cat si partenerii de afaceri din tarile aflate in Retea.

Scopul retelei de centre

Promovarea Afacerii, Competitivitatii si Inovariei
Accesul la toate informatiile necesare dezvoltarii propriilor afaceri si gasirea partenerilor corespunzatori

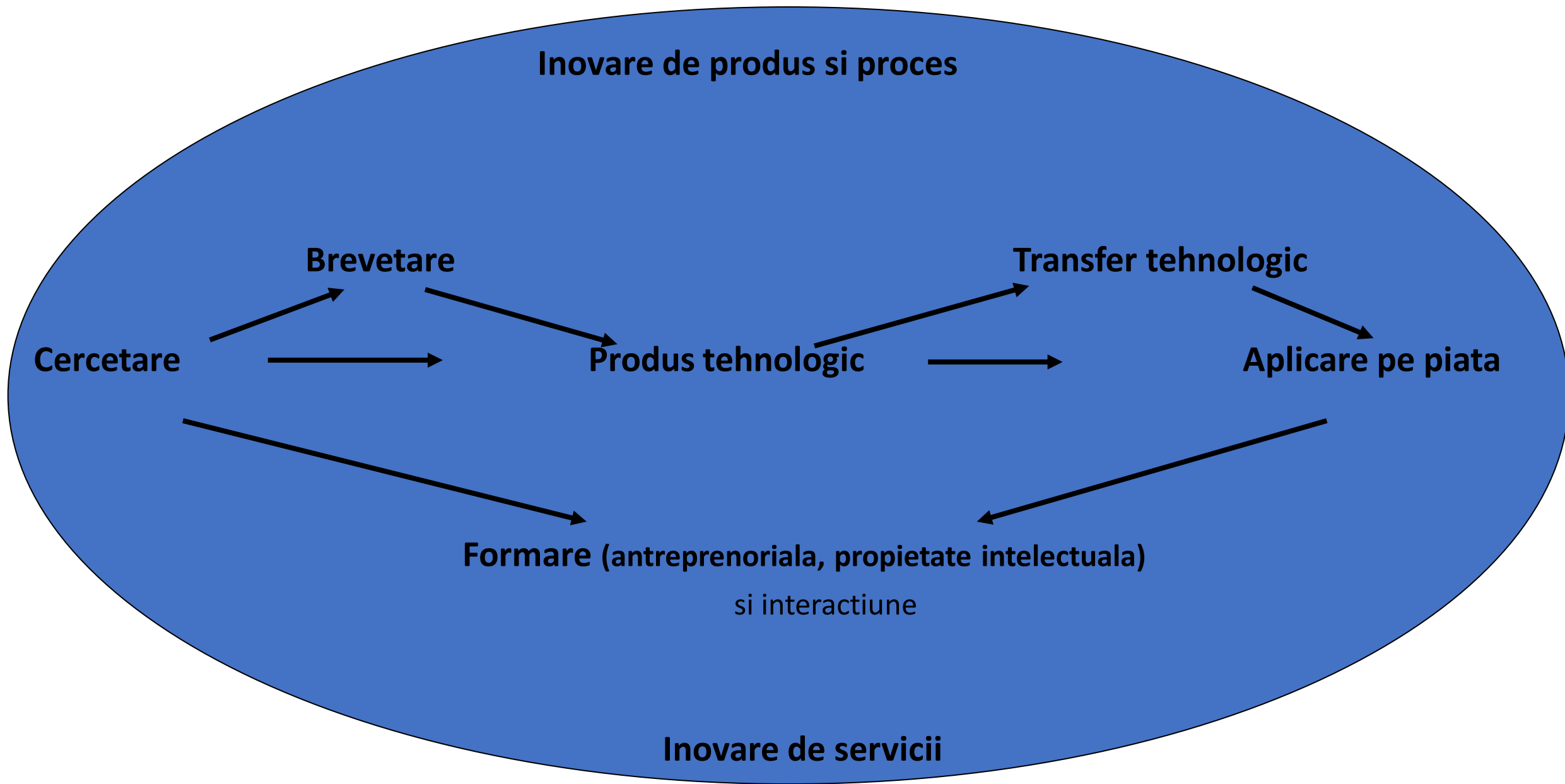
intreaga activitate se bazeaza pe
Dreptul de Proprietate Intelectuala



Tehnologia si avantajul concurential

- Detinerea tehnologiilor avansate reprezinta forta motrice a companiei pentru cresterea competitivitatii produselor sau serviciilor sale in raport cu cele ale concurentei.
- Pentru a infrunta concurenta o companie trebuie sa fie competitiva, ceea ce presupune sa dispuna de tehnologii capabile sa o mentina pe o pozitie concurentiala.
- Noile tehnologii ale companiei trebuie sa:
 - permita reducerea costurilor sau maximizarea calitatii produselor proprii;
 - confere companiei un avans tehnologic durabil;
 - permita companiei mentinerea sau cresterea avansului tehnologic sub raport concurential.

Locul transferului tehnologic in lantul de inovare



Transfer Tehnologic

Metodologia asigura transferul drepturilor de proprietate.

Transferul tehnologic este procesul de transfer de abilități, cunoaștințe, tehnologii, metode de fabricare și al unor facilități între guverne și universități sau unități de cercetare pe de o parte și unități executive, de producție sau de prestări servicii pe de altă parte, pentru a se asigura că evoluțiile științifice și tehnologice sunt accesibile la o gamă mai largă de utilizatori care pot apoi dezvolta în continuare și de a exploata tehnologia în noi produse, procese, aplicații, materiale sau servicii.

Notiunea de TT este strâns legată, fără a se confunda însă, cu noțiunea de „transfer de cunoaștere”.

Transferul tehnologic este lantul de transmitere a tehnologiei la organizatii, pentru a obtine produse si servicii noi.

Legea PL 99-502) spune ca transferul tehnologic este "un lant unde tehnologia este valorificata si implementata in entitati benefice."

Instrumentele transferului tehnologic sunt niste aplicatii care ajuta la generarea si implementarea inovatiilor tehnologice.

"Transferul tehnologic reprezinta un schimb spre fabricare a noilor produse si prestare de servicii, provenind din cercetari stiintifice."

Prin transferul tehnologic se poate presupune că se transferă tehnologie de fabricație.

Transfer Tehnologic – Premise; Centrul de TT

- Sa posede o tehnologie
- Sa detina o Oferta de Tehnologie
- Cunostinte tehnice si metodologice
- O procedura de TT
- Sa ofere servicii de TT si transfer de cunoastere
- Contract de TT (transferul drepturilor de proprietate)

Transfer Tehnologic – Premise; Beneficiarul

- Sa aiba cunostinte tehnologice despre procesul tehnologic
- Sa aiba capacitate de productie
- Sa aiba cunostinte despre domeniu
- Sa aiba vointa de a introduce in fabricatie
- Sa aiba viziune de marketing si un Plan de Afaceri viabil si sustenabil

Cererea si Oferta de Tehnologii; rol; formulare; mod de realizare

- Oferta de Tehnologii este o metodologie si un tools utilizate spre a prezenta o tehnologie, unui potential client in vederea promovarii acesteia si transferului catre client.
- Cererea de tehnologie este o metodologie si un tools prin care imi arat interesul pentru anumite caracteristici ale tehnologiei in vederea preluarii si transferului in propria firma.
- Ar trebui să scrieți o ofertă tehnologică dacă clientul dvs. dezvoltă o tehnologie sau o inovație și dorește să o pună la dispoziția utilizatorilor finali pentru a efectua un transfer de tehnologie.
- De asemenea, scrieți o solicitare de tehnologie dacă, pentru a rezolva o problemă pe care au întâmpinat-o, clientul dvs. trebuie să găsească unul sau mai mulți parteneri care vor transfera tehnologia sau cunoștințele necesare.
- Dacă clientul dvs. are nevoie de parteneri care să-și extindă afacerile în străinătate pentru tehnologii generale sau produse existente, dorește să stabilească francize în alte țări ale rețelei sau să găsească intermediari comerciali sau furnizori în străinătate sau, în general, să realizeze parteneriate care nu implică transferuri de tehnologie, oferiți o solicitare de afaceri și introduceți-o în baza de date, care are drept scop special facilitarea parteneriatelor de afaceri.
- Nu uitați: un membru al rețelei poate trimite profiluri doar pentru companii / centre de cercetare situate în zona geografică de care este responsabil.
- In scopul promovarii cu success a unei tehnologii este necesar sa se completeze corect de catre client un formular tip *Oferta de Tehnologie – Technology Offer (TO) sau Cerere de Tehnologie – Technology Request (TR)*.

Pe un formular specific, se vor prezenta:

- ***Titlul tehnologiei*** - trebuie sa fie clar si semnificativ, va permite clientilor sa vada daca oferta / cererea tehnologica ii intereseaza,
- ***Rezumatul ofertei / cererii de tehnologie*** - Va contine informatii cat mai concrete, atragatoare si la obiect. Posibilul client interesat isi va putea face o imagine asupra tehnologiei
- **Rezumatul pe scurt al tehnologiei ar trebui sa identifice raspuns la intrebari de tipul:**
- Care este aria geografica a clientului?
- Ce tip de organizatie a dezvoltat respectiva tehnologie?
- Care sunt avantajele utilizarii ofertei tehnologice (pe scurt)?
- Care este stadiul dezvoltarii tehnologice?
- Care este utilitatea tehnologiei?
- Ce tip de afacere se cauta?

- **Descrierea ofertei tehnologice** - Campul va contine obligatoriu informatii despre tara de origine a clientului, domeniul de activitate al acestuia, tipul de cooperare si respectiv piata urmarita, expertiza sau kow-how-ul ofertantului, o imagine sugestiva a ofertei tehnologice. Va raspunde unor potentiale intrebari:
 - Descrierea ofertei tehnologice ofera o imagine de ansamblu detaliata a cooperarii oferite?
 - Descrierea cooperarii oferite se potriveste tipului de cooperare marcat?
 - Descrierea reflecta toate elementele obligatorii (tara de origine a clientului si sectorul de activitate al acestuia): compania, tarile tinta, tipul de cooperare cautat?
 - Informatiile din aceasta sectiune ofera beneficii suplimentare cititorilor profilului?
 - Nu se vor introduce in aceasta sectiune informatii care sa se regaseasca in rezumat.
- **Aspectele inovative ale ofertei de tehnologie**
 - Acesta va prezenta pe scurt aspectul inovativ al ofertei de tehnologie;
 - Se vor descrie pe scurt avantajele inovative ale tehnologiei in comparatie cu produsele similare existente pe piata in prezent;
 - Se va indica daca exista potentialul transpunerii tehnologiei in alte sectoare/piete de desfacere.

- **Principalele avantaje ale ofertei de tehnologie** - Se vor prezenta pe scurt avantajele cantitative ale tehnologiei sau ofertei tehnologice din punct de vedere al performantei, utilizarii, expertizei acesteia.
- **Cuvinte cheie** - Se vor alege maxim 5 cuvinte cheie aplicabile tehnologiei sau aplicatiei.
- **Comentarii cu privire la stadiul de dezvoltare** - Se vor oferi informatii clare cu privire la stadiul actual de dezvoltare al ofertei tehnologice, fara a se utiliza informatii repetate la campurile anterioare.
- **Dreptul de proprietate intelectuala-**
 - Se vor oferi informatii suplimentare cu privire la dreptul de proprietate intelectuala: brevet solicitat dar inca neacordat – cerere de brevet, brevet, proiect finantat, marca comerciala inregistrata;
 - Se va specifica tara sau tarile unde a fost dobandit brevetul sau cererea de brevet.
- **Important:** *Profilul completat de catre client va fi facut public doar cu acordul acestuia! De asemenea identitatea acestuia nu va fi facuta publica fara acordul acestuia.*
- **Tipul si rolul partenerului cautat** - Acest camp va cuprinde informatii despre tipul de partener cautat, domeniul de expertiza al acestuia – industrial, organizatii de cercetare, universitati, tipuri de sarcini pe care acesta sa le indeplineasca.

- **Tipul colaborarii** - Acest camp va contine informatii cu privire la tipul de acord cautat.
- Acord de licentiere
- Cooperare tehnica
- Acord de asociere (Contractare, Subcontractare)
- Acord de fabricatie
- Acord comercial
- Acord financiar
- **Contact** - vor exista doua optiuni:
- In cazul in care **sunteti furnizor de servicii** pentru entitatea care prezinta TO-ul si veti ajuta in diverse etape se vor introduce **datele dumneavoastra de contact**;
- Realizati o scurta descriere pentru entitatea care detine TO-ul – se vor introduce **datele de contact ale companiei**; din acest moment compania va fi pe cont propriu.

Profilul entitatii rol; formulare; mod de realizare

- Profilul unei entitati este o metoda si un tools prin care descriu activitatea, produsele unei entitati cu scopul cunoasterii de catre potentialul partener si pentru a crea un parteneriat.
- Cele trei sectiuni principale ale formulalului BCD – Business Cooperation Database vor cuprinde urmatoarele categorii de informatii:
- **Descrierea societatii comerciale:** numele societatii, adresa de contact: oras, tara, persoana de contact, telefon, e-mail, pagina web, cifra de afaceri, codurile CAEN active ale societatii, activitatile/ produsele societatii (produse, servicii principale, activitati de baza), gradul de implicare al societatii in cooperare internationala.
- **Descrierea tipului de cooperare solicitata:** Tipuri de cooperare – franciza, transport/logistica, firma mixta, fuziune sau schimb de actiuni, vanzare completa/partiala a unei societati, productie reciproca, subcontractare; Tarile de interes, Descriere detaliata a tipului de cooperare solicitata/ oferita, Descrierea principalelor avantaje pe care le poate oferi societatea potentialilor parteneri de cooperare.
- **Descrierea caracteristicilor potentialilor parteneri de cooperare:** forma de organizare a potentialului partener de colaborare – a se bifa una dintre cele doua posibilitati, domeniul de activitate, daca se doreste specificarea numarului de angajati pe care potentialul partener de cooperare sa-l aiba, experienta de cooperare internationala solicitata din partea potentialului partener de cooperare, specificarea asteptarilor privind potentialul partener de cooperare, acordul sau nu ca profilul societatii sa fie postat in baza noastra de date.

Pe un formular specific, se vor prezenta:

- Descrierea societatii comerciale / Numele societatii comerciale, Adresa, Localitate, Tara, Adresa web, Persoana de contact, Nume, Prenume, Functia, Tel, E-mail
- Anul infiintarii societatii comerciale, Cifra de afaceri in Euro, Numar de angajati, Codul CAEN de activitate, Limbi corespondenta
- Certificare/ standard de calitate, Activitati/ Produse (produse, servicii principale, activitati de baza)
- Este societatea dvs. deja implicata in cooperare internationala?, Cifra de afaceri din activitati trans-nationale
- Tipul de cooperare solicitata – Oferta ; Solicitare
- Agenti, reprezentanti, distribuitori; Franciza; Transport/Logistica; Firma mixta; Fuziune sau schimb de actiuni ; Vanzare completa/partiala a unei societati comerciale; Productie reciproca; Subcontractare
- Perioada de valabilitate
- Tarile tinta, Descriere specificati tipul de cooperare solicitata/ oferita.
- Rezumat al profilului de cooperare
- Descrieti principalele avantaje pe care le puteti oferi potentialilor parteneri de cooperare
- Descrierea caracteristicilor potentialilor parteneri de cooperare
- Forma de organizare a potentialului partener de colaborare, Domeniul de activitate
- Numarul de angajati pe care doriti ca potentialul partener de cooperare sa-l aiba
- Experienta – cooperare international pe care o solicitati din partea partenerului de cooperare
- Specificati asteptarile pe care le aveti privind potentialul partener de cooperare.

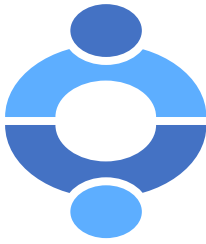
Auditul de inovare rol; formulare; mod de realizare

- Auditul de inovare este metoda prin care se determina potentialul/capacitatea de inovare a unei entitati.
- IA (Auditul de inovare) – Innovation Audit, impreuna cu TO - Oferta tehnologica, TR - Cerere de tehnologie contribuie la Planul de Actiuni pentru cresterea competitivitatii intreprinderii.
- Prin acest document se creeaza o metodologie si un instrument care va sprijini entitatile care-si doresc cresterea competitivitatii, capacitatii de export, realizarea de parteneriate pentru dezvoltare.
- Prin metodologia propusa se urmareste:
 - dezvoltarea abilitatilor si cunostintelor legate de dezvoltarea unui audit de inovare si de a le aplica;
 - crearea unui mediu favorabil dezvoltarii proiectelor inovatoare si de transfer de tehnologie intre cercetare si afaceri, in orice domeniu;
 - dezvoltarea unui instrument legat de gradul de inovare al companiilor si serviciilor pentru a facilita implementarea proiectelor inovatoare si transfer de tehnologie in orice domeniu in regiunea S-V Oltenia;
 - construirea unui instrument electronic in mediul on-line care sa poata sustine dezvoltarea si interconectarea initiativelor.
- Auditul de inovare este o metoda dovedita de imbunatatire a capacitatii de inovare a unei companii (organizatii). Acesta examineaza indicatorii cheie, determina punctele forte si punctele slabe si identifica modalitatile de imbunatatire a inovarii in intreaga organizatie.
- Scopul principal al auditului de inovare este de a descoperi punctele forte si punctele slabe ale proceselor si practicilor de inovare ale organizatiei.
- Rezultatele auditului vor evidentia barierele ce apar intr-o organizatie pentru procesul de inovare, precum si identificarea metodelor necesare pentru a maximiza capacitatea de inovare a acesteia.

Pe un formular specific, se vor prezenta:

- Informatii initiale pentru procesul de audit (identificarea firmei si domeniului de activitate.
- Un Chestionar pe 5 capitole de intrebari, cu cate 10 intrebari:
 1. *Cultura organizationala*
 2. *Capacitatea organizatiei si personalului*
 3. *Procese tehnologice utilizate*
 4. *Produce realizate si comercializate pe piata*
 5. *Marketing si Suport*
- Dupa fiecare capitol Dvs veti prezenta o nota, facand un rezumat al constatarilor Dvs privind starea de inovare in unitatea auditata privind fiecare din cele 5 capitole
- Tools-ul utilizat va genera automat:
- Rezultatul scorurilor dupa intrebari (medie/intrebare).
- O diagrama paianjen cu 5 colturi (afereente celor 5 capitole de intrebari.
- Pe baza diagramei Dvs veti efectua un raport de audit care sa demonstreze capacitatea de inovare a entitatii / firmei auditate si recomandari pe care le faceti pentru imbunatatirea activitatii, atragerea de finantari, imbunatatirea abilitatilor persoanelor incadrate, competitivitate, etc.

Brokerage-ul tehnologic; evenimente de match-making; B2B; misiuni economice



Misiuni economice si parteneriate de afaceri pentru firmele interesate in schimburi comerciale, parteneriate de afaceri, identificare tehnologii

Brokerage, matching, pentru firmele interesate in transfer tehnologic si de cunostinte

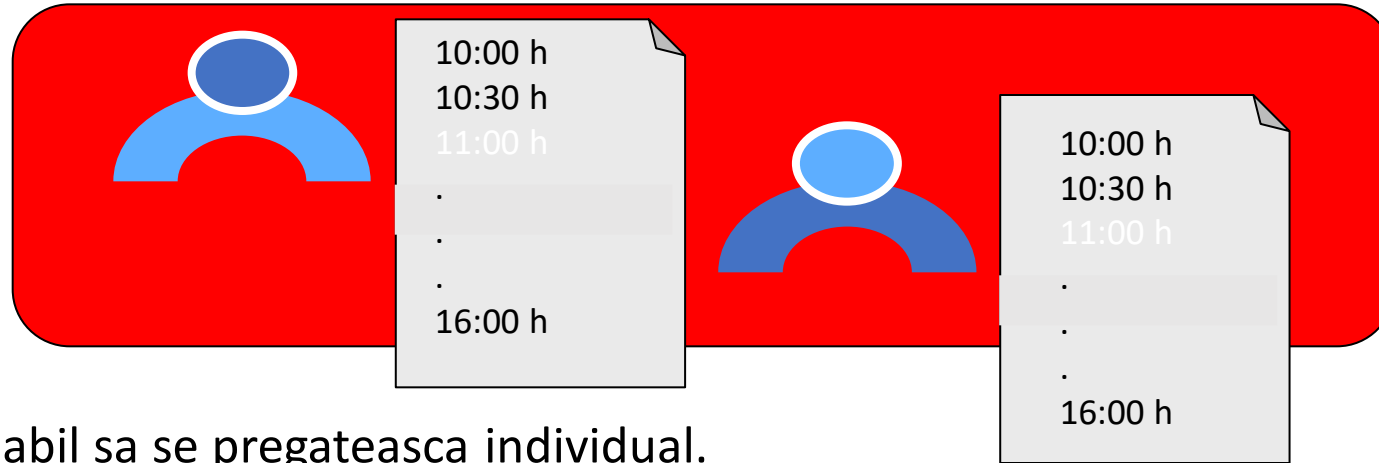
Brokeragele se organizeaza de regula in paralel cu targuri, expozitii tematice, conferinte, simpozioane.

Pe baza de profile, TO se realizeaza matching si se programeaza intalnirile

La sfarsitul evenimentului si in primele saptamani dupa eveniment se colecteaza date pentru follow-up.

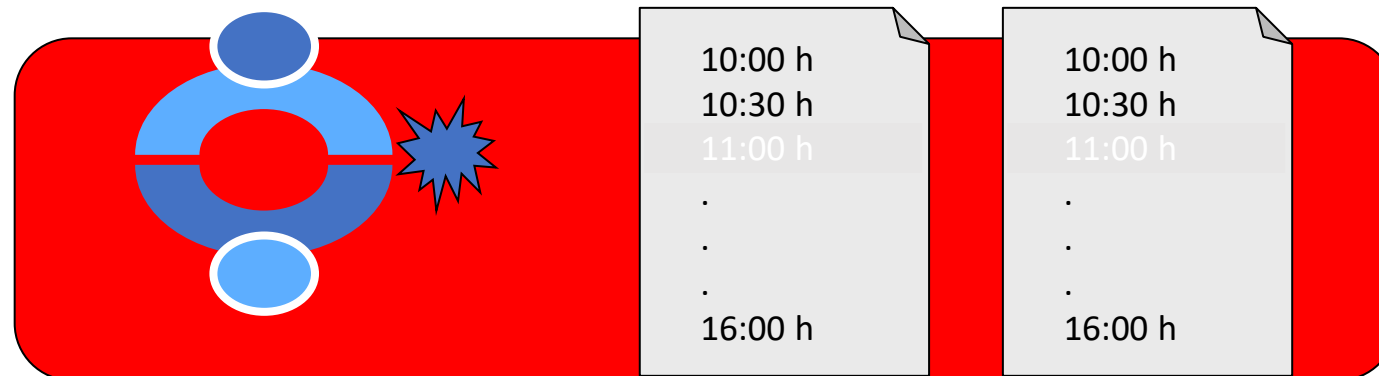
Pe baza intereselor specifice ale clientilor, sprijinim gasirea celor mai potriviti parteneri potentiali si realizam contacte cu acestia : stabilim intalniri pe baza unor agende prestabilite, ne ocupam de logistica, asiguram asistenta pentru pregatirea deplasarii la evenimentul de afaceri vizat, asiguram asistenta in timpul intalnirilor, oferim sprijin pentru incheierea de parteneriate.

Fiecare participant primește agenda sa de întâlniri cu un calendar de timp



Astfel incat sa fie capabil sa se pregateasca individual.

Organizatorii vor indruma partenerii pentru prima lor intalnire



Teme de discutie

- Indrumari practice despre cum sa procedeze in diverse situatii concrete.
- Diferentele intre activitatile/scopurile diferitelor tipuri de entitati de TT, la ce aspect din sfera TT contribuie fiecare (de ex. IP-related sau nu), corelarea cu nivelele de TRL si mediul unde opereaza, precum si cu sursele de finantare specifice pe etape de dezvoltare tehnologica.
- De ex, un TTO intr-o universitate se ocupa de tehnologii pina la TRL 3, max. 4, ce pot avea tipic finantare publica de la guvern sau EC, in timp ce pentru TRL mai mari vorbim de RTOs si firme cu capacitati de testare, dezvoltare, productie, au finantari de VC sau BAs, etc. si incep diverse variatii de suport, ce inseamna Valley of death, ce inseamna de-risking, etc.
- Eficienta distributiei multelor centre din RO doar pe anumite etape de dezvoltare tehnologica incipienta sau doar informare sau servicii asociate, in timp ce pe altele e mult mai putin sau nimic, si de ce.
- Aspectul de internalizare vs externalizare a acestor centre, (mis)match-ul dintre cererea si oferta de tehnologie din RO si cum ar putea aceste centre sa influenteze acest match, ce inseamna capacitate de absorbtie de tehnologie in firme si cum este influentata de capacitatea de R&D, cum este deformata dezvoltarea de tehnologie promitatoare din RO de catre achizitii de tehnologii din afara contra spagi, incapacitatea de a negocia offset-uri, etc., ce capacitate tehnologica mai are de fapt RO si unde e concentrata, cum ar trebui sa lucreze aceste centre de TT exact cu acele firme si universitati generatoare de tehnologie si sa le ajute.

Întrebări ??



Contact:

Gabriel Vladut

IPA CIFATT Craiova

Tel: 0251 412290; 0251 412775, 0722 715 604

e-mail: office@ipacv.ro