

# **Jak budować przewagę konkurencyjną bazując na innowacjach?**

**Rzeszów 8 listopada 2010**



**Innowacja a inwencja**

**Czemu służy innowacja?**

**Czy innowacja może być źródłem trwałej przewagi konkurencyjnej?**

**Na co uważać?**

# IMPERATYW INNOWACYJNOŚCI?

**Późniejsze wejście na rynek wymaga odróżnienia**

**AIDA: Attract ->Interest ->Desire->Action**

**Innowacja może być skutecznym wyróżnikiem**

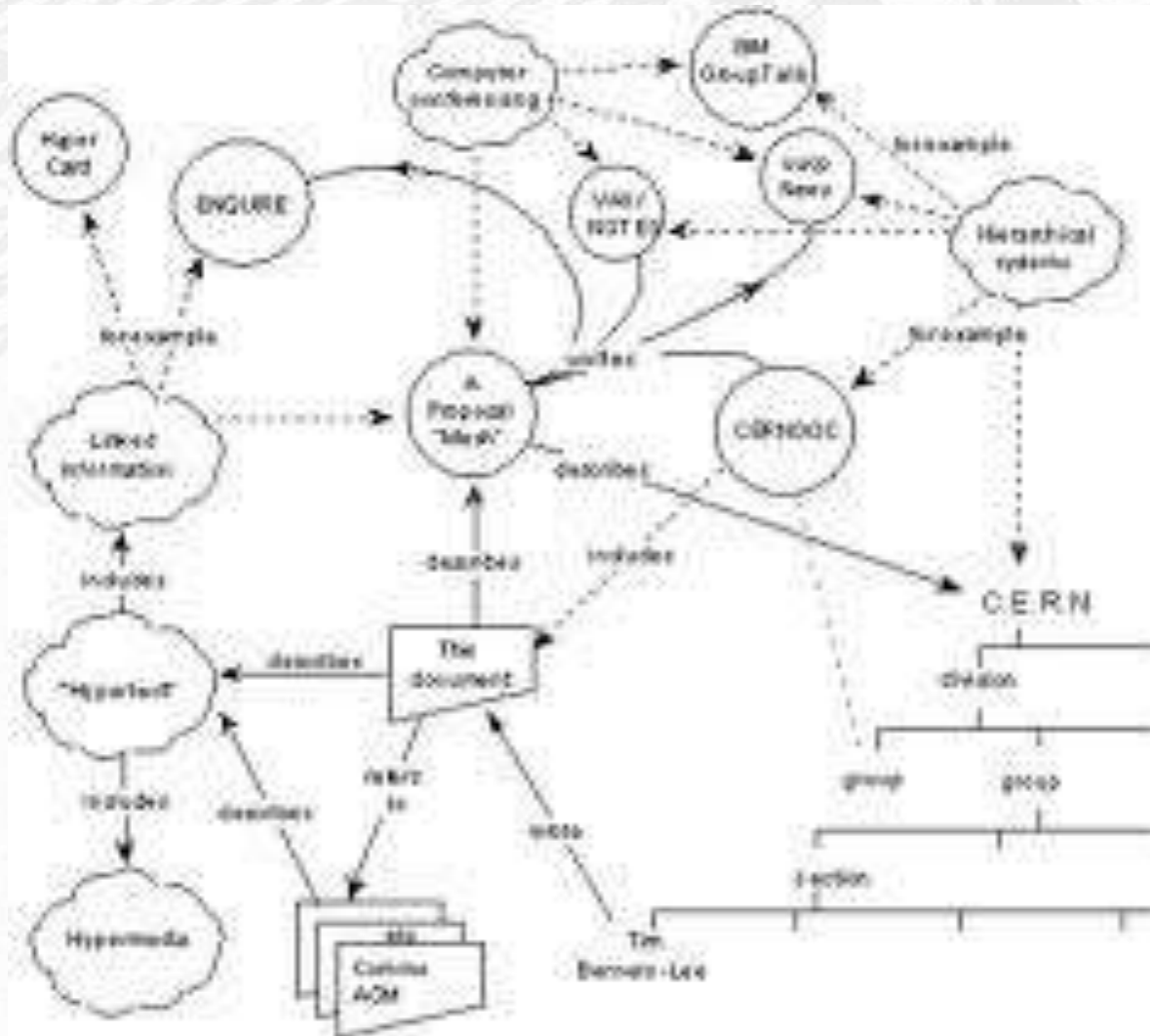
**Ale nie może być oderwana od oczekiwań klientów**

**Czy i w jakim stopniu klienci docenia innowacje?**

# INNOWACJA A INWENCJA?



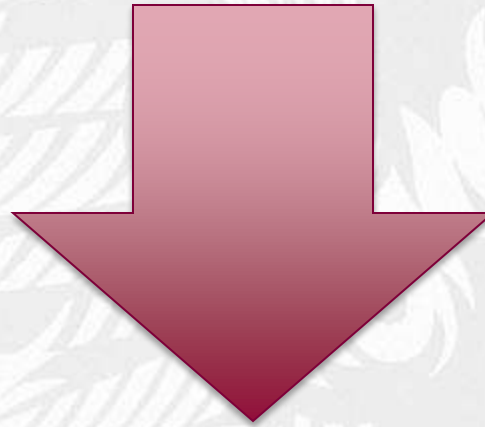
# REWOLUCYJNE ZMIANY...





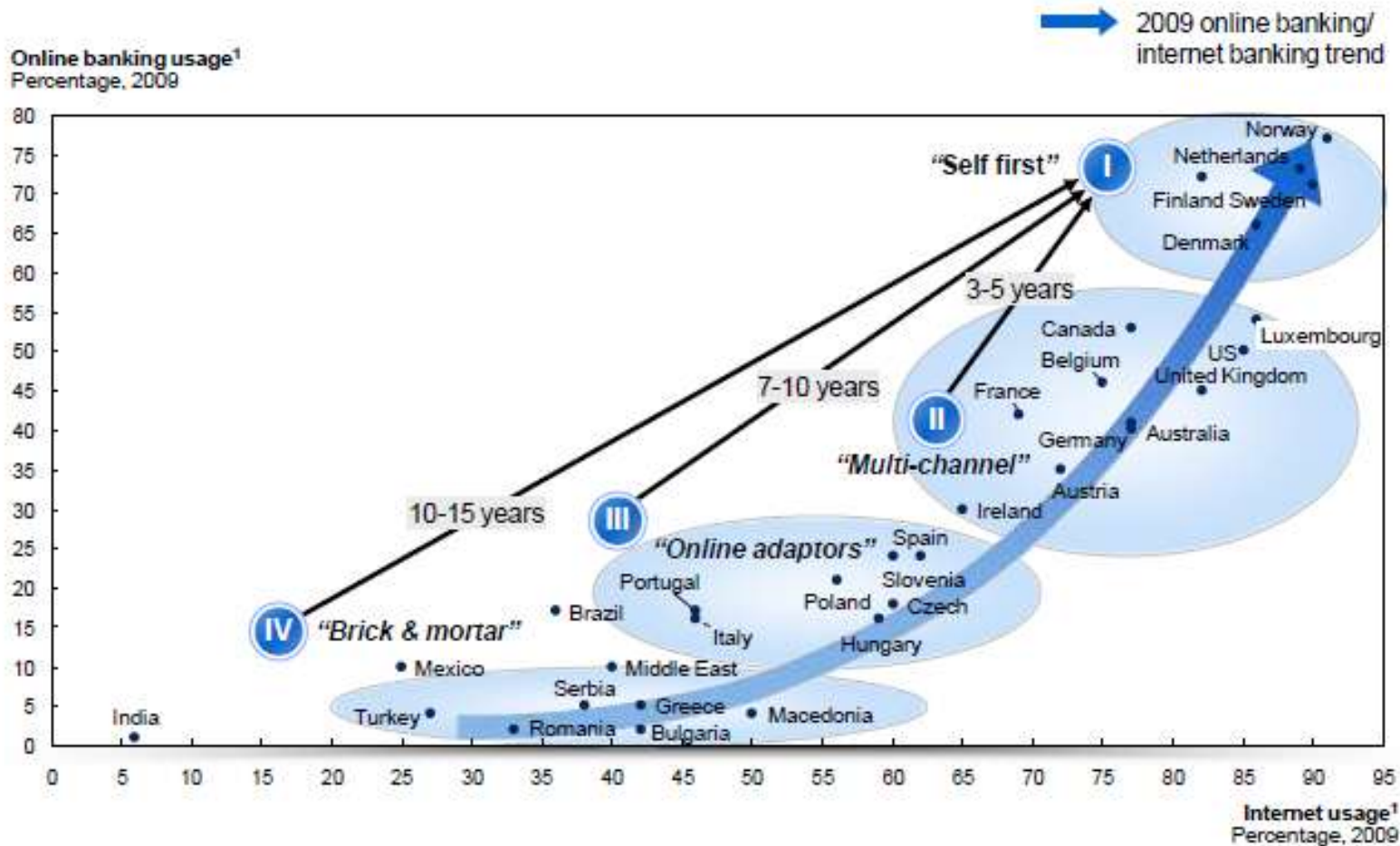
## CZEMU SŁUŻY INNOWACJA?

**Zmieniające się oczekiwania klientów wymagają dostosowań**



**„Rola nowego lidera jest wyczuwanie i wykorzystywanie pojawiających się możliwości” *Jaworski i Scharmer***

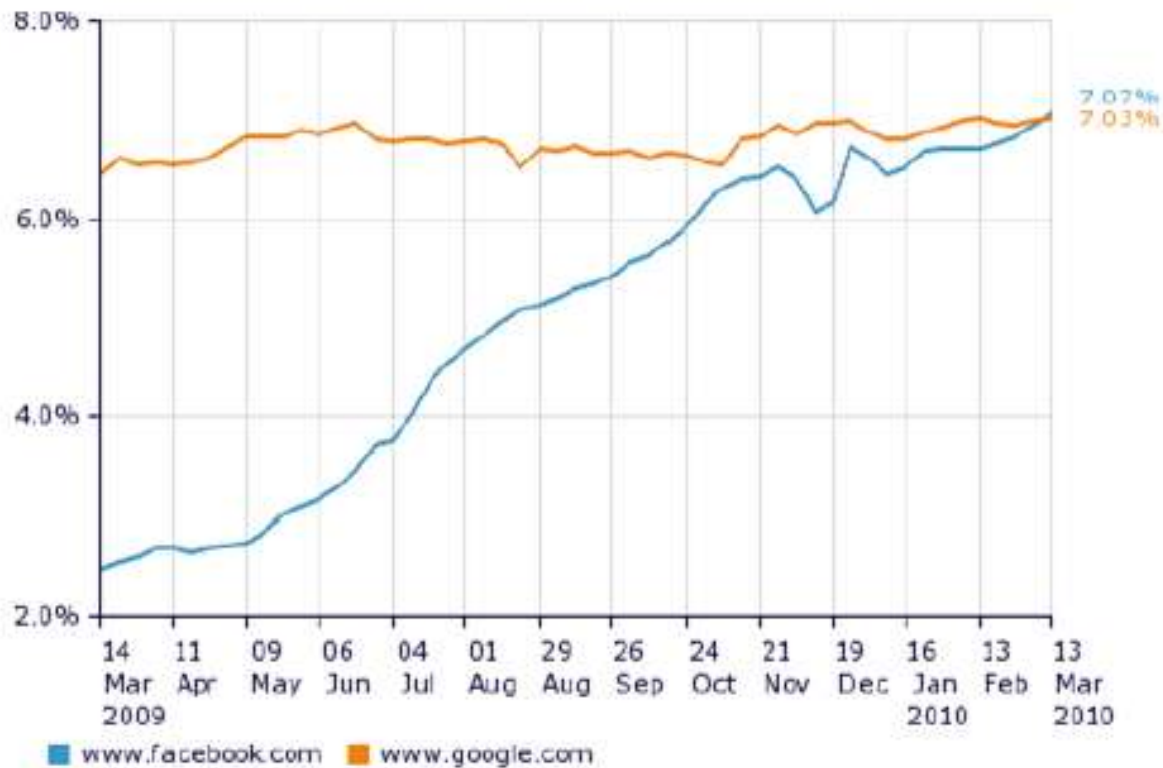
Transformation to *'Direct first'* is a matter of time, more driven by internet adaptation than individual bank actions



<sup>1</sup> Percentage of individuals that used the internet/online banking in the last 3 months

## Where are your customers? B S

Weekly Market Share of Visits to Facebook.com & Google.com



Weekly market share in 'All Categories', measured by visits, based on US usage.

Created: 03/15/2010 © Copyright 1998-2010 Hitwise Pty. Ltd. Source: Experian Hitwise US

## **NA CO UWAŻAĆ?**

**Nie kopiować ślepo. Badać.**

**Zadbać o ciągły napływ pomysłów**

**Przyjąć do wiadomości, że tylko co 5 pomysł chwyci**

**Zreorganizować zespół i wprowadzić fabrykę innowacji**

**Wziąć bezpośrednią odpowiedzialność. Też za pomyłki.**

**Przede wszystkim śledzić zachowania klientów**