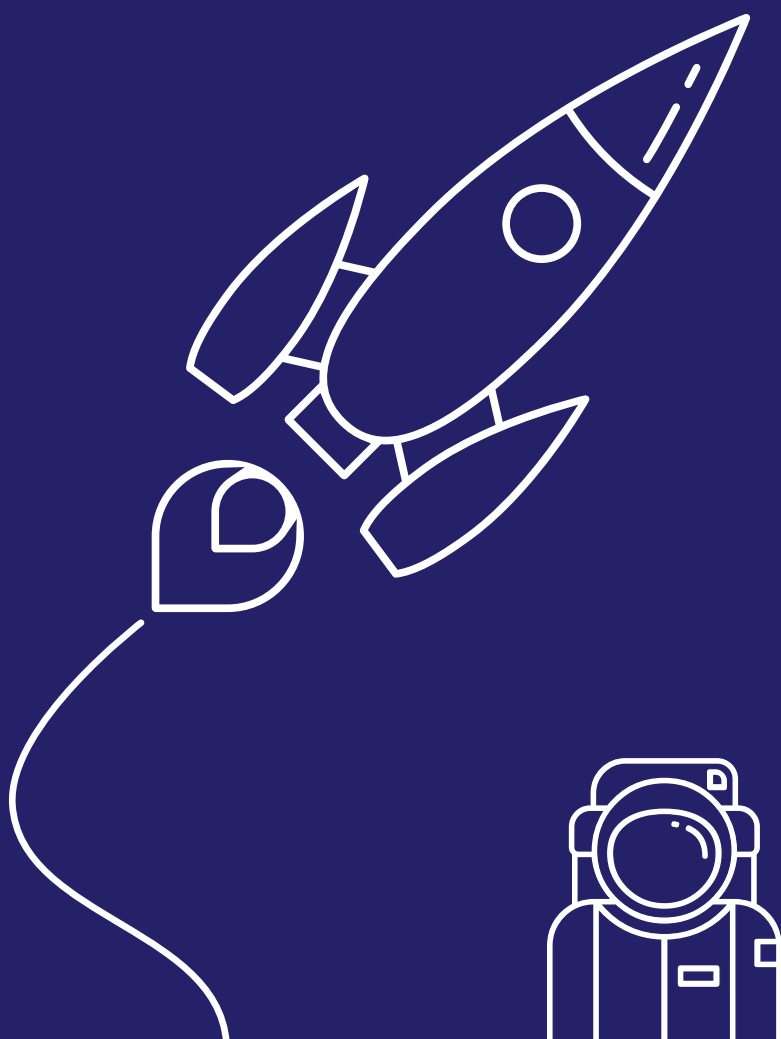
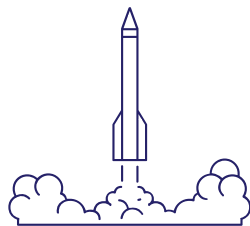


INOVAČNÍ SLOVNÍČEK 1.0

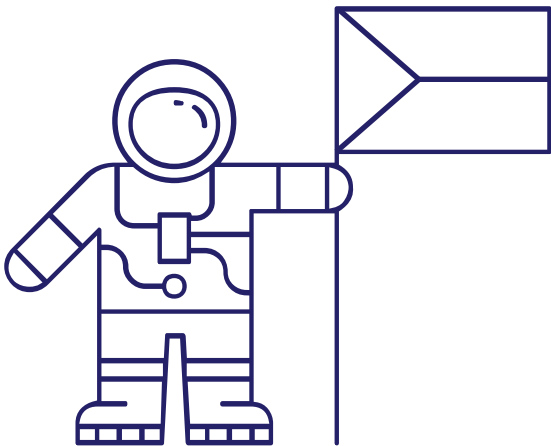


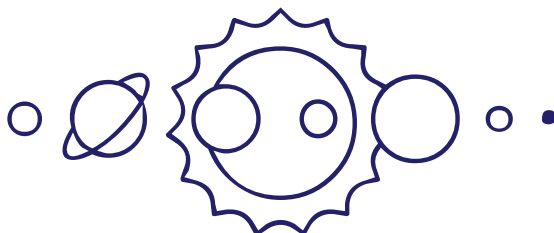


INOVAČNÍ SLOVNÍČEK 1.0



Ve spolupráci:
Česká inovace, o.p.s.
PwC Česká republika, s.r.o.
Česká spořitelna, a.s.
© 2015





ÚVODNÍ SLOVO

Pochopení termínů a srozumitelná komunikace je zásadní pro jakoukoliv lidskou týmovou činnost. O to víc to platí pro inovační prostředí, kde se objevené potkává s nepoznaným. Prostředí, které je enormně fragmentované, proměnlivé a nestálé.

Česká inovace a její partneři chtějí inspirovat, propojit a rozhybat naši inovační scénu. Tento slovníček je určen inovační komunitě – všem, kteří mají o různé typy inovací úpřímný zájem. To, že si společně uděláme pořádek v terminologii, se nabízí jako první a logický krok. Tak, jdeme na to!

Libor Kašparovský
ředitel České inovace, o.p.s.

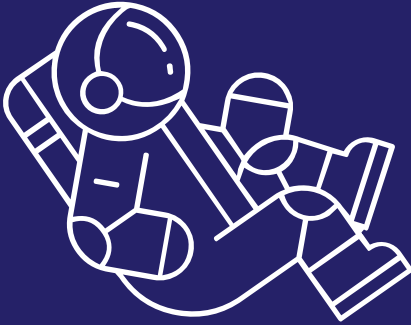
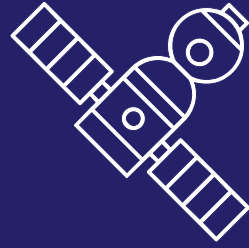


Je čas se stát **čin**ovátorem.

To je člověk, který neustále **čin**ovuje, aby rozhýbal Česko. Mluví **čin**nostmi.

Tomu říkáme „**čin**ovace“. Za tou stojí Česká inovace, zájmová skupina, která usiluje o lepší budoucnost Česka. Je jedno, jestli jsi vědec, zubař, architekt nebo truhlář, **činy** dokáže mluvit každý. Začínat by měli všichni.

Pojď s námi **čin**ovovat dnes.



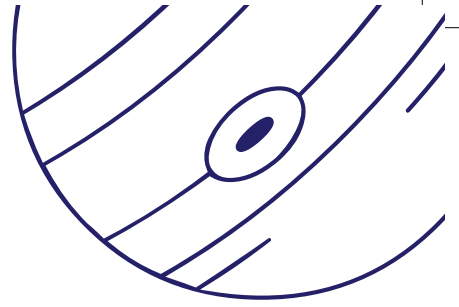


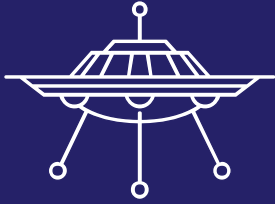
PROJEKT ČESKÉ INOVACE

Obecně prospěšná společnost Česká inovace pátým rokem aktivně pomáhá inovační scéně – českým podnikům, studentům, start-upům a veřejné správě.

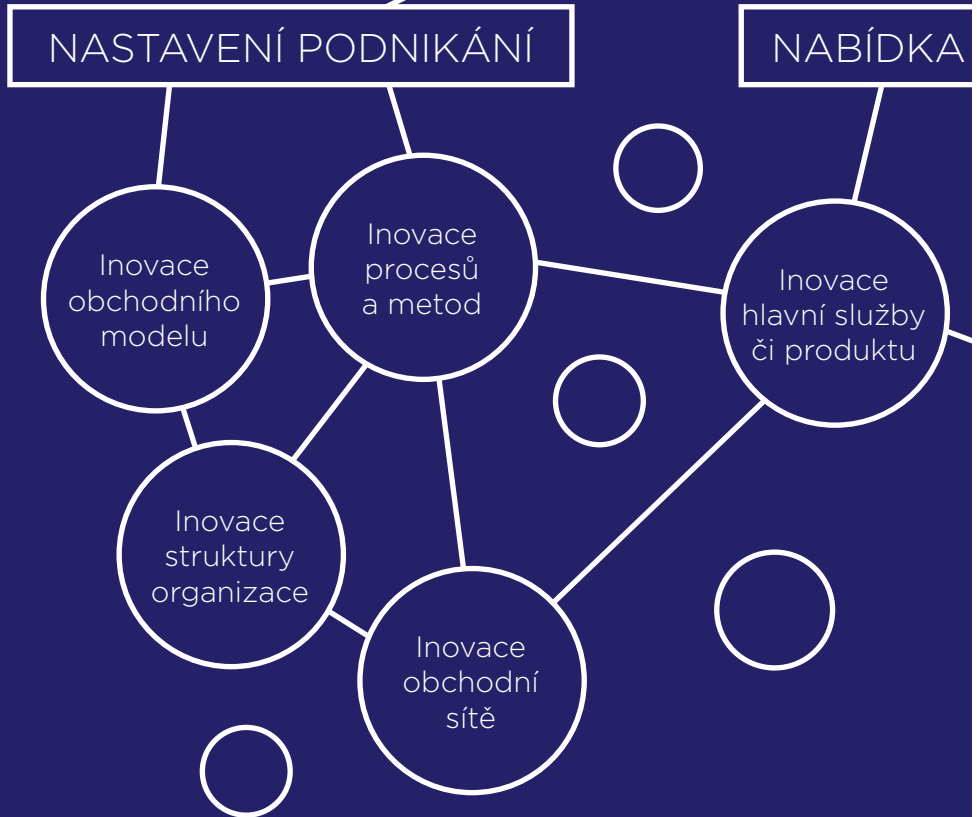
Organizuje festival a Příběhy České inovace. Spolu s partnery inspiruje, propojuje a aktivuje stovky inovátorů s cílem udělat z České republiky ještě lepší místo pro život.

www.ceskainovace.cz





TYPY



Zeptej se Google.com: „10 types of innovations by Keely“

INOVACÍ



SPOLEČNOSTI

ZKUŠENOST ZÁKAZNÍKA

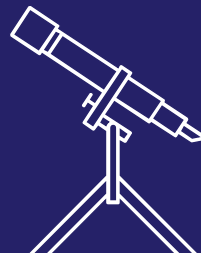
Inovace doplňující hlavní produkt

Inovace podpory a servisu

Inovace distribučního kanálu

Inovace esence značky

Budování a rozvoj loajality



6**6 THINKING HATS**

Metoda tzv. stroměčkového myšlení, která umožňuje popis problému či vývoj řešení z různých úhlů pohledu. Funguje ve skupině několika osob, které si průběžně „nasazují stejný klobouk“ myšlení o řešeném problému: bílý faktografický, žlutý optimistický, černý negativní, červený emoční, zelený kreativní a modrý procesní. Podstata je v jednotném zaměření skupiny a vzájemném posilování náhledu na situaci.

A**AKCELÁTOR**

Program podporující začínající podnikatele/start-upy. Vybraný start-up získá podporu pro rozjezd svého podnikání ve formě investice, mentoringu, prostoru, kontaktů a propagace.

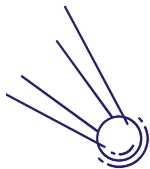
B**BODYSTORMING**

Výzkumná metoda, která staví na přímé interakci, zážitku s novou službou či výrobkem. Typicky využívána při návrhu služeb pro osoby se specifickými potřebami (senioři, děti, lidé s handicapem aj.).



„Pod pojmem inovace vidím proces realizace nových, nadčasových či průlomových myšlenek, nápadů či změn v jakékoliv firemní oblasti.“

Jan Gregor (Škoda Auto)

**BRAINSTORMING**

Metoda generování, shromažďování a třídění nápadů, které směřují k řešení určitého problému. Probíhá ve skupině lidí, v jasně vymezeném čase a za obecně přijímaných pravidel. Cílem je shromáždit velké množství nápadů k řešení problému a z nich následně podle různých kritérií vybrat několik z nich k dalšímu testování a vývoji.

BUSINESS ANGEL

Erudovaný finanční investor orientovaný na vyhledávání, kultivování a prodej perspektivních start-upů.

D**DESIGN THINKING**

Designové myšlení: formální metoda pro praktické a kreativní řešení problémů. Má 5 fází: empatie, definice, nápady, prototypy, testování.



DIGITÁLNÍ REVOLUCE

Uváděná také jako 4. průmyslová revoluce, v Německu Industri 4, technologická vlna, vstupující nejen do výrobních podniků přinášející robotizaci, automatizaci a propojenou digitalizaci všech oblastí podnikání.

DISRUPTIVNÍ INOVACE

Radikální změna paradigmatu – např. technologie, která překoná a vytlačí technologii stávající.

PŘÍKLAD: dotykový display vytlačil tlačítkové ovládání.



„Úspěšná inovace je včas dodaná,
prostředím akceptovaná pozitivní změna.“

Libor Kašparovský (Česká inovace)

ELEVATOR PITCH

Krátká prezentace vás a vašeho projektu, která by neměla přesáhnout dobu jízdy výtahem (cca 30 sekund), cílem je zaujmout a vzbudit touhu po dalších detailech a další schůzce. Dokážete se tak dostat k lidem, kteří by vám normálně svůj čas vůbec nevěnovali a nebo by vás k nim nepustila ani sekretářka.



EMPATHY MAP

Empatická mapa, jasně strukturovaná metoda, která umožňuje přehledně zachytit, co uživatel „vidí, slyší, říká, dělá, myslí si a cítí“.

EMPATIE, EMPATIZACE

První fáze designového procesu: poznat a pochopit uživatele výstupu. Doslova vcítit se do jejich problémů či potřeb. Jejich zjištění umožňuje sada nástrojů, metod pro interakci s budoucími uživateli.

HUMAN CENTERED DESIGN - HCD

Doslova design zaměřený na člověka, uživatele nové služby či produktu. Proces, jenž má 3 fáze, které se označují jako akronym HCD (hear/naslouchej, create/tvoř, deliver/realizuj). V každé fázi se uplatňuje řada nástrojů, které staví především na poznání potřeb uživatele produktu či služby.

PŘÍKLAD: metodika zpracovaná a publikovaná společností IDEO.





INKUBÁTOR

Obecně je to množina aktivit, které mají pomoci firmě postavit se na vlastní nohy. Je primárně určen firmám, které podnikají v nové, dosud neprobádané, oblasti, a pomáhá jejich systematickému rozvoji.

INOVAČNÍ FIRMA

Firma, která je schopna organizovat a řídit inovační proces a realizuje inovaci.

„Inovace je pozitivní dokončená změna. Inovací nemusí projekt, ale i drobná změna či nový návyk. Řídíme heslem Johna Doerra: Inovace bez akce je halucinace.“

Kamil Pošvic (Česká spořitelna)



INOVAČNÍ INFRASTRUKTURA ČR

System vzťahů mezi jednotlivými výzkumnými, vývojovými, výrobními, obchodními a dalšími specializovanými subjekty charakterizovaný vzájemnou spoluprací s cílem komercializovat výsledky výzkumu, od analýzy a legislativy, přes výzkum po technologický transfer, finální výrobu a marketing.

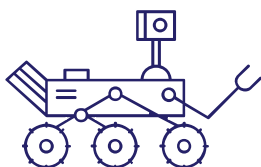
INOVAČNÍ KULTURA

Firemní kultura, která je otevřená inovacím, tj. podporuje kreativitu a nové nápady, je ochotna testovat a investovat do experimentování. Orientuje se na budoucnost a rozvoj firmy. Musí být schopna odstraňovat/řešit problémy a podporovat příležitosti. Úspěchy nadále rozvíjí a podněcuje vznik dalších. Hybnou silou změn je organizace. Ta systematicky vyhledává příležitosti a do nejslibnějších investuje potřebné zdroje (lidi, kapitál, atd.).

INSIGHT

Znalost toho, co zákazníci dělají a proč to dělají. Nejčastěji se získává diskusí s potenciální skupinou a zjišťováním informací. Hluboký vhled do problému.

PŘÍKLAD: nejlepší insight má například vedoucí restaurace, který po 10 letech praxe v oboru se rozhodne si otevřít restauraci vlastní.



INTERNET VĚCÍ (IOT)

Internet of Things, zkratka IoT – zejména bezdrátové propojení vestavěných zařízení s Internetem, přináší nové možnosti vzájemné interakce nejen mezi jednotlivými systémy a nové možnosti jejich ovládní, sledování a zajištění pokročilých služeb.

PŘÍKLAD: diskuze ledničky se sporákem.



„Inovace je momentum kolektivní mysli
a začíná tam, kde se o ní přestává mluvit.“



Aleš Pokorný (PwC)

INVENCE VS. INOVACE

Invence je potenciál nové myšlenky či poznatku, který má za následek změny ve struktuře podniku i společnosti. Inovace je praktická realizace a tržní monetizace invence.

ITERACE

Proces opakovaného testování řešení v určité fázi vývoje na cílové skupině uživatelů, popř. v jiných cílových skupinách. Cílem je zkrátit vleklé etapy zkoumání a vývoje, získávat rychlou zpětnou vazbu a vyhnout se výstupům, které na trhu neuspějí.

JOURNEY MAP A.K.A. SAFARI

Výzkumná metoda, která mapuje stávající službu, nebo směřuje k vývoji služby nové. Je založena na přímé zkušenosti, zážitku a jeho interpretaci v jednotlivých fázích „procházky“ službou, kde dochází k interakci s uživatelem (kontaktní místa). Výstupem je vizualizovaná mapa, která umožňuje další vývoj služby ve prospěch uživatele.



KM - KNOWLEDGE MANAGEMENT

Systém, který umožní mít přehled o intelektuálním vlastnictví organizace (technologie, odborné a technické znalosti pro každodenní práci). Znalostní management umožňuje informace a znalosti identifikovat, sdílet, ukládat a využívat.



L**LAB VS HUB**

Lab: účelově vybudovaný prostor, který má podporovat kreativitu a inovaci. Vyznačuje se širokou paletou vizualizačních pomůcek (tabule, flipcharty, projekční technika), mobilním nábytkem umožňujícím proměnlivé uspořádání a nápaditým designem. Slouží ke konání workshopů, brainstormingů aj. Hub: fyzický prostor pro setkávání a networking, sociální prostor pro sdílení a obohacování myšlenek. Pokud je zamýšlen jako coworkingový prostor, slouží jako pracovní zázemí pro začínající firmy a podnikatele.

LEAN CANVAS

Strukturovaně rozpracovaný podnikatelský záměr.



„Správná inovace
by měla zlepšovat náš svět.“

Martin Bacílek (DB Schenker)

**M****MINIMUM VIABLE PRODUCT**

Výstup, který má právě tolik (...a nikoli více) parametrů, jež umožní jeho umístění na trh. Typicky se jedná o výrobek v jeho rané fázi, která umožňuje testovat prodej, sbírat zpětnou vazbu a být první na trhu. V širším slova smyslu se jedná o strategii, jak dostat výrobek na trh a vyhnout se zdlouhavému až komplikovanému vývoji.

O**OPEN INNOVATION**

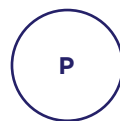
Strategie či koncept přístupu k inovacím. V organizaci umožňuje zapojení všech zaměstnanců. Někdy postupuje až za hranici organizace a umožňuje zapojení zákazníků, široké veřejnosti i konkurenčních subjektů. Zpravidla vázán na crowdsourcingové platformy či otevřená coworkingová centra, která umožňují sdílení znalostí, nápadů, zdrojů, ale i rizik.

PŘÍKLAD: Open innovation může mít 2 polaroty: zvenčí dovnitř (Procter&Gamble, široká spolupráce s veřejností, akademickou sférou aj.) a zevnitř ven (GlaxoSmithKline, zpřístupňuje nevyužitě interní nápady, výsledky výzkumu a vývoje pro akademii i veřejnost).

OPERAČNÍ PROGRAM

Veřejné finanční nástroje podporující mimo jiné výzkum, vývoj a inovace. Také dotační titul (dotace).

PŘÍKLAD: OP Výzkum a vývoj pro inovace (OP VaVpl), OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OP VK), OP Podnikání a inovace (OP PI).



PECHA KUCHA

Vzájemná setkávání lidí, kteří se jakýmkoli způsobem věnují architektuře. Tento název vymysleli architekti Astrid Kleinová a Mark Dytham. Pecha Kucha Night je výjimečnou příležitostí pro setkávání architektů, designérů, grafiků, výtvarných umělců, teoretiků a techniků a vzájemnou výměnu zkušeností a informací o novinkách v oboru. Formát těchto setkání již na svých jednáních začíná přejímat i řada firem.

PŘÍKLAD: První setkání Pecha Kucha Night se konalo v únoru roku 2003 právě v Tokiu, v ČR poprvé v Praze v roce 2007. Smyslem Pecha Kucha setkání je, aby prezentace byly co nejhutnější. Během jednoho večera tak má každý z přednášejících 6 minut a 40 sekund, během nichž může předvést 20 obrázků, přičemž každý z nich může komentovat po dobu 20 sekund. Za jeden večer se obvykle vystřídá 14 účastníků. Obvyklá frekvence těchto setkání je jednou měsíčně.



PEER-2-PEER (P2P)

Platformy zprostředkovávající pronájem služeb či věci, /P2P = Peer to Peer.

PŘÍKLAD: služby jako www.uber.com, www.airbnb.com.

PERSONAS

Výzkumná metoda (empatizace), která převádí anonymní statistický celek na příběhy a potřeby konkrétních lidí. Typicky pracuje s konkrétními postavami, které zastupují populační vzorek. Vede k lepší představě o potřebách a problémech cílové skupiny, přináší lepší pochopení.



„Každá technická, kulturní nebo sociální změna, která posouvá lidstvo dále.“



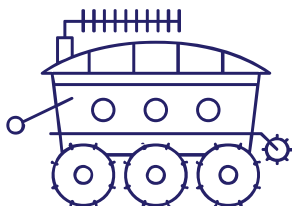
Ondřej Štefek (Naviga4)



PROTOTYPING

Strategie či proces, který urychluje vývoj produktu správným směrem. Jeho podstatou je opakované testování výrobku v určité fázi a zpětná vazba na něj. Typicky se jedná o nenákladná řešení (mock verze, beta verze, modely aj.), která lze rychle a levně vylepšovat a posouvat do další fáze vývoje. S úspěchem se používá i při návrhu služeb, softwarových řešení a jiném „nehmotném“ světě.

PŘÍKLAD: James Dyson, 5127 prototypů za 5 let a 1,45 mld GBP obratu.



R

REASON TO BELIVE

Důvod, proč by vám měl kdokoliv věřit, že váš nápad bude fungovat a že doručíte užitek.

PŘÍKLAD: detailní znalost problematiky, dobře vypracovaný business plán a akční plán postihující většinu slabých stránek a hrozeb z vaší SWOT.

„Inovace je pro mě životní styl a neustálá kultivace sebe a tím prostoru kolem, ale pokud by po mě někdo chtěl opravdu jen definici, byla by to jakákoli změna s přidanou hodnotou.“



Jan Mašek (3M)



S

SEED CAPITAL

Zdroje (kapitál) alokované pro rozvoj start-upu např. v oblasti product developmentu, administrativy a marketingu.

SERENDIPITY

Prostředí, které umožňuje nečekané objevy a příležitosti. Reprezentují ho málo hierarchizované organizační struktury, volně definované procesy a kompetence, mobilita lidí i inventáře uvnitř organizace aj. Nepřesně překládáno jako „náhodný objev“ či „šťastná náhoda“ (termín vychází ze starověké pohádky „Tři princové ze Serendipu“).

PŘÍKLAD: objev penicilinu, mikrovlnné trouby nebo post-it bločků. Propagátorem serendipity v inovační kultuře je firma Zappos.

SPIN OFF

Projekt (společnost, podnikatelský subjekt), který vznikl uvnitř či za podpory prosperující organizace (korporace, univerzity), případně je výsledkem spolupráce většího počtu subjektů. Jeho osamostatnění má přispět dalšímu rozvoji, budování značky nového subjektu, v němž mají zakládající instituce zpravidla svůj podíl.

STAKEHOLDER

Klíčová skupina např. potenciálních klientů, která má klíčový vliv a bez jejich přízně není úspěch vůbec jistý.

START-UP

Začínající projekt, podnik, podnikatelský záměr. Charakterizují ho vyšší rizika a zároveň vyšší potenciál. Firmy bývají jako start-upy označovány cca do 5 let své existence.



STORYBOARDING

Metoda prezentace – vizualizace příběhem. Její podstatou je „popis“ v přehledných a jednoduchých obrázcích. Je příkladnou ukázkou prototypingu: levné a snadno realizovatelné řešení, které se dá opakovaně vylepšovat. Konečný storyboard je pak vstupem do samotné „ostré“ realizace.

STORYTELLING

Metoda prezentace – sdělení formou příběhu. Obvykle ve formátu popis situace – komplikace – problém – řešení. Zahrnuje řečnické prvky jako přímá řeč, bohatá neverbální komunikace, probouzení emocí apod.

TIME TO MARKET

Klíčový faktor úspěchu inovace – načasování a delivery.



„Inovace je převratná změna či posun v produktu, přístupu nebo chování.“



Luboš Malý (LEGO)



UNIQUE SELLING PROPOSITION

Jedinečná hodnota (nového) produktu či služby vyjádřená užitekem pro zákazníka. Pokud je dobře a precizně formulována, umožňuje odlišení od konkurence a je oporou pro další vývoj produktu či služby.



VaV

Věda a výzkum.



VĚDECKOTECHNICKÝ PARK

Instituce orientovaná na rozvoj vědy a technologií. Často poskytuje zázemí start-upům.





PricewaterhouseCoopers Česká republika, s.r.o. je jedna z předních společností poskytujících auditorské, daňové a poradenské služby. Inovace vnímá jako základ úspěchu řady českých firem a institucí.

Snaží se proto podpořit úsilí, úspěch a inovační potenciál podniků, jednotlivců i institucí veřejné správy a zvýšit tak konkurenceschopnost České republiky.

Je jedním ze zakládajících členů platformy České inovace.

www.pwc.cz

Kde vidíte hlavní prostor pro inovace ve veřejné správě?

Nastavení kontrolních mechanismů včetně protikorupčních opatření	54 %
Schopnost efektivně využívat svá data (tzv. chytrá veřejná správa)	48 %
Nastavení systémových procesů v orgánech veřejné správy	44 %
Elektronizace služeb	44 %
Uživatelská přívětivost a srozumitelnost toho, co který úřad dělá a jaké má zodpovědnosti	44 %

Zdroj: Průzkum názorů generálních ředitelů v ČR, PwC Česká republika 2015, kterého se zúčastnilo více než 150 respondentů (více na www.pwc.cz/ceoagenda)



Česká spořitelna, a.s. se dlouhodobě věnuje inovacím a to nejen v bankovním sektoru. Už od roku 1825 se snažíme přinášet nové a užitečné produkty na náš trh. Například 1. bankomat v ČR poskytla svým zákazníkům Česká spořitelna v roce 1989.

V roce 2013 jsme získali ocenění za inovace ve veřejné správě a loni jsme získali ocenění „Best Innovator 2014“.

www.csas.cz

Česká spořitelna a Evropský investiční fond (EIF) podepsaly v březnu 2015 smlouvu o navýšení půjček malým a středním podnikům (SME) a malým společnostem se střední kapitalizací v rámci evropské iniciativy InnovFin (EU Finance for Innovators).

Nová smlouva umožňuje České spořitelně poskytnout finanční prostředky českým firmám na inovace v celkové výši 2,8 mld. Kč (100 mil. Eur) po dobu příštích dvou let. První úvěry s garancemi EIF Česká spořitelna začala poskytovat již v roce 2004. Kromě toho od té doby poskytla českým firmám 1 050 mil. Eur zvýhodněných úvěrů (Global Loans) od Evropské investiční banky (EIB), což z České spořitelny dělá nejvýznamnějšího partnera EIB ve střední Evropě.

ZAPOJTE SE!

Vykládáte si některý z uvedených termínů jinak, než my? Setkáváte se v souvislosti s inovacemi s termíny, které jste v tomto slovníku nenašli?

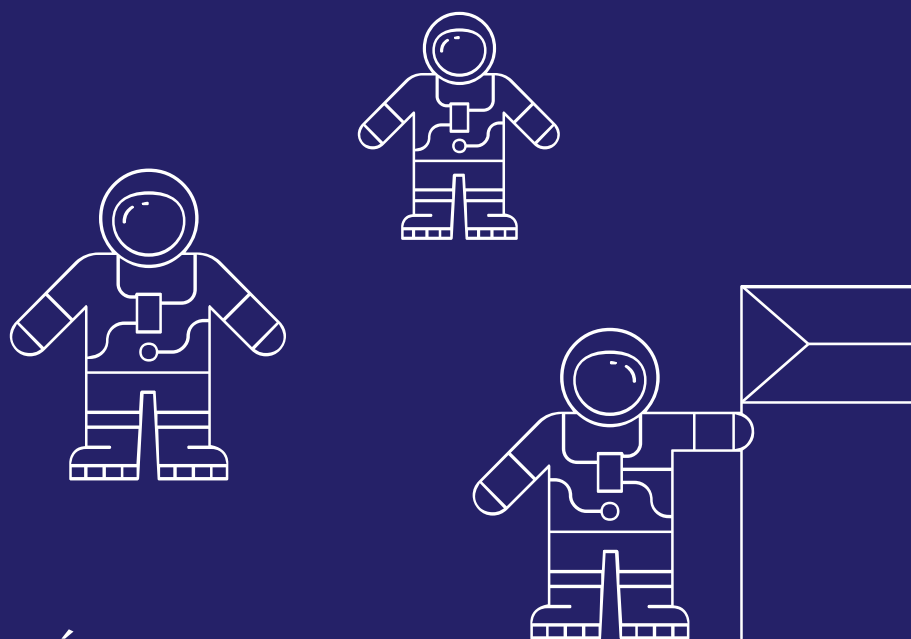
Pdf verze Inovačního slovníčku 1.0 je **zdarma** dostupná na stránkách www.ceskainovace.cz. Posílejte nám prosím své komentáře a výzvy k doplnění o nové termíny na info@ceskainovace.cz

Českou inovaci, o.p.s. podporují:



zatiši group





ZÁJEMCI
O PARTNERSTVÍ
VOLEJTE 731 450 000

POMOZTE
NÁM ROZHÝBAT
ČESKOU REPUBLIKU!



Grafická úprava a sazba: Ondřej Kebrdle
Ilustrace: www.flaticon.com