

Tipos de Innovación

Modelo de negocio — Cómo generamos ingresos

Los modelos de negocio más innovadores reflejan una gran comprensión de lo que los clientes y usuarios aprecian realmente y, por lo tanto, están dispuestos a pagar. Suelen desafiar las viejas creencias inherentes a sus industrias sobre lo que se puede ofrecer, cuánto cobrar y cómo cobrarlo.

En muchos sectores, el modelo de negocio dominante tiene décadas de antigüedad y no se ha cuestionado nunca...

Red — Cómo conectamos con los demás

Hoy en día, ninguna compañía debería despreciar la importancia de realizar las alianzas pertinentes. Ya no se trata de que la empresa lo “haga todo sola”, sino de que capitalice sus propias fortalezas y aproveche los activos y capacidades de las demás.

Las “buenas” asociaciones, breves o duraderas, no sólo permiten que las organizaciones sean más eficientes, sino también que compartan los riesgos a la hora de desarrollar nuevas ofertas.

Estructura — Cómo nos organizamos

Las innovaciones estructurales consisten en organizar los activos de la empresa de una forma que genere valor. Lo abarcan todo, desde los

sistemas de gestión del personal hasta las configuraciones de los bienes de equipo.

Las estructuras más innovadoras ayudan a atraer el talento ya que fomentan la creación de entornos de trabajo muy productivos y permiten alcanzar niveles de rendimiento difícilmente igualables por los competidores.

Procesos — Cómo trabajamos

Aquí el autor se refiere a las actividades y operaciones asociadas con la producción de los productos y/o servicios principales de la compañía.

Innovar a nivel de procesos supone que la organización se desmarca de “lo de siempre” por completo y desarrolla unas habilidades únicas que le permiten funcionar de manera eficiente, adaptarse rápidamente y posicionarse como líder en el mercado.

Oferta

Estas innovaciones se centran en los productos y servicios ofrecidos por la empresa.

Rendimiento — Cómo mejoramos nuestros productos

Esta categoría se refiere al valor, las características y la calidad de la oferta de la empresa. Innovar a este nivel puede consistir en crear productos totalmente nuevos o en desarrollar actualizaciones y extensiones de líneas que añadan valor sustancial.

Como lo he dicho al principio, muchos ejecutivos siguen pensando que esta es la única forma de innovar. No es el caso. Además, las innovaciones de este tipo son generalmente fáciles de copiar y las que ofrecen ventajas competitivas a largo plazo son la excepción, no la regla.

Sistema — Cómo creamos productos complementarios

Los productos y servicios no sólo tienen una “identidad individual”. Son mucho más potentes si se conectan y complementan entre sí para crear un sistema robusto y escalable.

Las innovaciones de este tipo se basan en conexiones valiosas y permiten construir ecosistemas que cautivan y deleitan a los clientes.

Experiencia

Estas innovaciones se centran en los aspectos que son visibles para el cliente.

Servicio — Cómo ampliamos el valor de nuestra oferta

Las innovaciones de servicio potencian el valor percibido de una oferta. Facilitan que un producto se pueda probar, usar y disfrutar. Solucionan problemas y suavizan los momentos más sensibles del customer journey.

Canales — Cómo entregamos lo que ofrecemos

Este tipo de innovaciones tiene un objetivo claro: permitir que los clientes compren lo que quieran, dónde y cuándo quieran, de la forma más fácil, barata y agradable posible. Para innovar en este ámbito, hay que dominar el arte de la omnicanalidad.

Marca — Cómo representamos nuestro negocio

De poco servirán nuestros esfuerzos para innovar si nuestros clientes y usuarios no reconocen, recuerdan y prefieren nuestra marca.

Las organizaciones más innovadoras suelen transmitir una identidad y una promesa que las diferencian de las demás. Tienen un branding muy cuidado que las hacen únicas y transforman sus productos en objetos de deseo.

Customer Engagement — Cómo involucramos a nuestros clientes

Las innovaciones de este tipo tienen que ver con la comprensión de las aspiraciones más profundas de los clientes y usuarios, y el uso de estos conocimientos para desarrollar interacciones significativas con ellos.

Las grandes innovaciones a nivel de Customer Engagement generan experiencias positivas memorables. Hacen que los clientes vivan momentos mágicos y que la marca se vuelva insustituible e imprescindible.

Fuente: <https://inusual.com/blog/10-tipos-de-innovacion#>