



# Inovace produktů pomohou vašemu exportu

DĚKUJI ZA MNOHO OHLASŮ A OTÁZEK K MINULÉMU TÉMATU TÝKAJÍCÍHO SE INOVACÍ. JE VIDĚT, ŽE VÁS INOVACE ZAJÍMAJÍ A VE SVÝCH FIRMÁCH SE ZAOBÍRÁTE MYŠLENKAMI NA JEJICH ZAVEDENÍ. ROZHODLA JSEM SE PROTO K INOVACÍM VRÁTIT A V TOMTO SVÉM TEXTU VÁM PŘEDSTAVIT HLAVNÍ BODY INOVACÍ V RÁMCI KONKURENCESCHOPNOSTI ČESKÝCH FIREM. ZAMĚŘÍM SE PŘEDEVŠÍM NA FIRMY VÝROBNÍ. Text: Tereza Svobodová, foto: strategy.cz

**N**ové a užitečné myšlenky jsou hnacím motorem podnikání, a to zejména podnikání založeného na inovacích. K tomu, aby podnikatelé nebo firmy uspěli, potřebují hlavně chytrý nápad a schopnost jej zrealizovat. Realizaci může provést firma sama nebo si zajistit subdodavatele a určený, ověřený trh – zákazníka, odbyt. Tomu odpovídá i vize Strategie Evropské unie, tedy vysoká a dlouhodobě udržitelná životní úroveň občanů ČR založená na pevných základech konkurenceschopnosti.

## Klíčový element inovací? Malé a střední firmy

Nezapomínejte, že inovace jsou výsledkem tvořivosti. Právě inovace – pokud je chápete jako zavádění nových a užitečných myšlenek do praxe – jsou tím, co může přinášet potřebné změny. Pro ekonomiku samotnou je dnes nejdůležitější kreativní třída, protože bez kreativity není inovace. Žádná inovace ale nebude funkční, pokud nepřejde do

praxe a pokud se do ní nezapojí hlavně malé a střední firmy, které jsou nositelem hodnot, jako jsou podnikavost, inovativnost, ale také zodpovědnost. Ne náhodou je podpora malých a středních podniků nejen prioritou České republiky, ale i Evropské komise.

Bez zapojení malých a středních firem do inovací, bez podpory těchto firem při zavádění inovací, bez vysvětlování, vzdělávání a pomoci při získávání finančních prostředků a skloubení praxe (firem) a vědy to prostě nepůjde. Proces zavádění inovací je „během na dlouhou

trať“. Kdo tedy dnes může přinést inovace? Především:

- jednotlivci, studenti a akademické týmy
- živnostníci, začínající podnikatelé a začínající firmy
- malé a střední firmy
- velké podniky a korporace
- společné projekty firem a vysokých škol
- společné projekty firem a výzkumných organizací
- jiné kvalitní nápady a ostatní typy spolupráce

## Začněte průzkumem a analýzou trhu

Jak tedy inovace v rámci malé nebo střední firmy v praxi zavádět? Inovace začíná podnikatelským nápadem, záměrem či ideou. Abyste si ověřili, zda má váš nápad smysl, zda je realizovatelný a prodejný, měli byste nejdříve provést průzkum a analýzu trhu. Není důležité, zda je provedete sami, nebo si je objednáte, ale je nezbytně nutné tyto úkony

podstoupit. Investice do vašeho nápadu v závěru nebudou zanedbatelné, takže získáte alespoň částečnou jistotu, že má váš nápad šanci na úspěch. Analýza a průzkum trhu spočívají v získání informací z trhu ohledně začlenění, komunikace, cílové skupiny, propagace výrobku na trhu a také zjištění konkurenceschopnosti. To vše je bezpodmínečně nutné pro vypracování strategie.

Inovace je ve stručnosti uvedení nového výrobku, služby nebo výrobního postupu na trh. Pokud máte ověřený trh, konkurenci, zahraniční trhy, zanalyzované mikro- a makroprostředí a váš nápad vám stále přijde inovativní, konkurenceschopný a zajímavý pro podnikatelský záměr, nastává plánování. Musíte se zamyslet nad všemi aspekty, které jsou nutné pro zavedení inovace, od finančních prostředků přes výrobní proces až po odbyt.

## Při sestavování byznys plánu nelžete

Jedním z nejdůležitějších kroků při zavádění inovací je správně sestavený podnikatelský plán, také se mu říká byznys plán. Správně sestavený plán vám řekne, zda je

**Až si budete při sestavování byznys plánu stanovovat nějaké cíle, zodpovězte si otázku, jestli budete chtít exportovat.**

inovace životaschopná, a upozorní vás na možná úskalí ještě před samotným začátkem realizace. Mít zpracovaný byznys plán je důležité i v případě, že budete usilovat o finanční prostředky od banky, investora, případně společníka nebo přímo z operačního programu na podporu inovací. Byznys plán sestavujte postupně po jednotlivých krocích, ve kterých uvedete,

co vás v rámci inovací čeká a kolik to bude stát. Při sestavování byznys plánu nelžete, přiznejte i rizika a hlavně vypište všechny pesimistické i optimistické varianty, slabé a silné stránky, výhody i hrozby, které vám ukáží průzkum a které vás napadnou.

Až si budete při sestavování byznys plánu stanovovat nějaké cíle, zodpovězte si otázku, jestli budete chtít exportovat. Větší trhy sice nabízejí větší příležitosti, ale zároveň i vyšší požadavky. Velkou devízou produktové inovace je to, že inovovaný produkt může být mnohem vhodnější i na export a že může oslovit zahraniční trhy. Právě výrobní firmy by na tuto skutečnost měly brát zřetel, protože export je pro malou a střední firmu příležitostí k budoucímu růstu a prosperitě.

## Získávejte informace z více zdrojů

Rozhodnutí exportovat ale vyvolává další otázky, na které si při plánování musíte odpovědět. Na jaké chcete trhy? Každý trh funguje jinak, vyžaduje jinou strategii, komunikaci, design a podobně. Velice důležité jsou také obchodní kontakty. Dnes vám s nimi v rámci své činnosti



## ◀ PŘEDTÍM

### Nový interaktivní web

Na svém novém webu se firma Amylon plně otevřela komunikaci se zákazníky. Oslovuje je nejen novým moderním designem, ale i prezentací svých produktů spolu s vlastními recepty i s recepty od zákazníků, kteří je mohou na web sami přidávat.

## POTOM ▶





### ◀ PŘEDTÍM

#### Nové obaly

Firma si uvědomila, že obal hraje důležitou roli v prodejnosti a také v atraktivitě výrobku pro zákazníky, proto začala s postupnou inovací všech svých obalů. Novinky pro tento a příští rok budou již k mání v obalech nových a moderních.

### POTOM ▶



▶ může pomoci například CzechTrade, což je agentura s informacemi o světových trzích, která disponuje širokou sítí zahraničních a regionálních kanceláří, nebo CzechInvest, což je agentura pro podporu podnikání a investic, státní příspěvková organizace podřízená ministerstvu průmyslu a obchodu. Využijte jejich jmén a zkušeností pro své podnikání v zahraničí.

Ale pozor! Vždy si získávejte informace z více zdrojů, protože žádná agentura, firma či jednatel nejspíše neomylní nebo vždy profesionální a kvalitní. Je to vaše inovace, vy si ji vedete – takže vše je jen na vaší zodpovědnosti. Při stanovování zdrojů a financování uveďte, kolik finančních prostředků budete potřebovat, kolik z nich pochází z vašich vlastních zdrojů, kolik si potřebujete půjčit, případně kde a za jakých podmínek.

#### Chraňte své inovace

Důležitá je i marketingová a design strategie, tedy postup, jak se pomocí marketingových nástrojů dostat ke zvolenému

cíli. Marketing nepodceňujte, v současné době je v rámci celého řízení firmy nebo daného projektu neocenitelným nástrojem, bez něhož byste svou inovací trh neoslovili. Musíte si vytvořit identitu, komunikaci a celou strategii na trhu, včetně designu. Neméně důležité je zvolit správný technologický postup při výrobě, připravit si celou výrobu včetně realizace a měřit výkonnost všech procesů – to slouží k vylepšení a zefektivnění procesů inovace. Značnou roli hraje i distribuce. Připravte si plán, jak výrobek dostat na trh a jaké použít obchodní kanály. Použit můžete vlastní zdroje distribuce a stávající obchodní kanály, připravte si ale i nové obchodní možnosti a cesty.

Zapomenout byste neměli ani na ochranu své inovace. Z praxe znám hodně situací, kdy dobře nastavený a rozjetý projekt skončil ve chvíli, kdy ho převálcovala konkurence, která nápad okopírovala a investovala do masivní kampaně. Inovace zkrátka nebyla dobře ochráněna. Licence, právní ochrana patentu, ochranná známka – to jsou různé formy ochrany duševního vlastnictví. Inovaci byste neměli chránit jen jako celek (funkci), ochranu si zaslouží i název výrobku, logo, samotný design a vzhled. ■

 PROJEKT  
MARKETING + DESIGN

## TEREZA SVOBODOVÁ

Marketingová specialista, majitelka firmy Strategy.cz a spoluzakladatelka projektu Marketing+Design (<http://www.mpld.cz>). ✕

