

✓ Företagen bjuder in till IDEARBETE

De bästa idéerna finns inte alltid inom företagets väggar. Allt fler ser fördelar med att samarbeta med forskare, användare eller teknikföretag för att utveckla nya innovationer. TEXT IDA MÅWE FOTO ISTOCKPHOTO

Ien komplex värld blir det allt svårare att ta fram de innovationer som krävs för att utveckla en produkt. Att de radikala idéerna kläcks på interna forskningsavdelningar är snart ett minne blott. I stället bjuder allt fler företag in andra aktörer till ett samarbete i innovationsprocessen. Utvecklingen av nya tjänster, produkter och teknik sker i större utsträckning utanför huset. Många företag ser fördelar med att även göra användarna mer aktiva i produktionsprocessen. Fenomenet – att låta intern kunskap samverka med extern – kallas öppen innovation.

Dataföretaget Apple tog fram plattformen för iPhone men lämnade fältet fritt till andra att utveckla applikationerna. Sökmotorföretaget Google låter brukarna hjälpa till med revidering och uppdatering av produkterna. Sportklädesmärket Adidas låter kunderna designa sina egna skor.

– Företagen har börjat inse att de inte kan vara bäst på allting. Även om man tar in experter och läser upp dem med bra avtal kommer

det alltid att finnas bättre kunskap utanför väggarna, säger Björn Remneland-Wikhamn, forskare vid Handelshögskolan i Göteborg och författare till boken "Öppen Innovation".

Han menar att företagen har mycket att vinna på öppenheten. Genom att låta andra tycka till så får man in ett annat sätt att tänka i organisationen. Man utmanar sin egen förståelse om hur saker ska fungera. Om man låter användarna påverka produkterna får man en viss garanti för efterfrågan på marknaden.

– Det finns en vilja hos varje individ att anpassa produkten till sina egna behov, säger Björn Remneland-Wikhamn.

Företagens arbete med öppen innovation kan se väldigt olika ut. Ett sätt är att använda sig av så kallade idémäklare, som kunskapsnätverket InnoCentive i Boston. Deras roll är att matcha företagets behov med expertis utifrån.

Hygien- och papperskoncernen SCA är ett av företagen som använ-

der sig av InnoCentives tjänster. SCA formulerar sitt problem, till exempel att hitta en fiber som förhindrar lukt. Frågan skickas sedan ut och når ett nätverk med mer än 200 000 forskare över hela världen. InnoCentive sällar fram de bästa förslagen. Om SCA nappar får idégivaren en utfäst belöning.

– Vi har fått ett antal lösningar från InnoCentive som tagit oss en bit framåt i vår innovationsprocess. För cirka 65 procent av de problemställningar vi lagt ut har vi fått användbara svar, hela lösningar eller delar av lösningar, konstaterar Ingela Torstensson, global forskningschef på SCA.

En annan del i SCAs innovationsarbete har varit att samarbeta nära andra leverantörer på ett partnerliknande sätt. Ingela Torstensson menar att det finns flera fördelar med att släppa in andra i innovationsprocessen.

– Om vi kompletterar våra egna kompetenser och kundinsikter med samarbetspartners som leverantörer, universitet och andra



Björn Remneland-Wikhamn.



företag ger det en ökad hastighet och kvalitet.

Forskaren Björn Remneland-Wikhamn tror att många företag har börjat fundera på hur man ska använda sig av öppen innovation. Inte minst för att hänga med i tilltagande globalisering, ökade kundkrav och digitalisering.

Enligt forskaren är grundfrågan var i innovationsprocessen företagen vill ta hjälp.

– Säg att du har ett komplicerat problem. Om du sätter din egen forskningsavdelning på det så kostar det resurser och tid. Samtidigt är det ett riskprojekt eftersom de flesta innovationsförsöken misslyckas. Alternativet är att gå ut och köpa loss någon annans lösning vilket kan vara betydligt mer prisvärt.

Björn Remneland-Wikhamn tror att många funderar på hur man kopiera iPhone-idén: skapa en plattform som andra sedan kan utveckla.

– Men utmaningen är att ta idéerna till sin egen praktik. Det krävs att man implementerar dem i sin egen struktur. ■

Företagen har börjat inse att de inte kan vara bäst på allting.