



EN GUIDE FOR HVERDAGSINNOVATØRER

NORCE



NORDIC
EDGE



Stavanger
kommune



SKAPE:
for etablerere i Rogaland

INNHOOLD

Bakgrunn	s. 3
Prosess	s. 4-5
Idé	s. 6
Kjenn deg selv	s. 7
Test med andre	s. 8
Oppsøk nøytrale aktører	s. 9
Kan vi hjelpe?	s. 10

En *hverdagsinnovatør* er en privatperson som

- har fanget opp et uløst behov eller en uløst utfordring
- har utviklet en idé og et forslag til å løse utfordringen
- bruker sin egen fritid og egne ressurser i arbeidet



BAKGRUNN

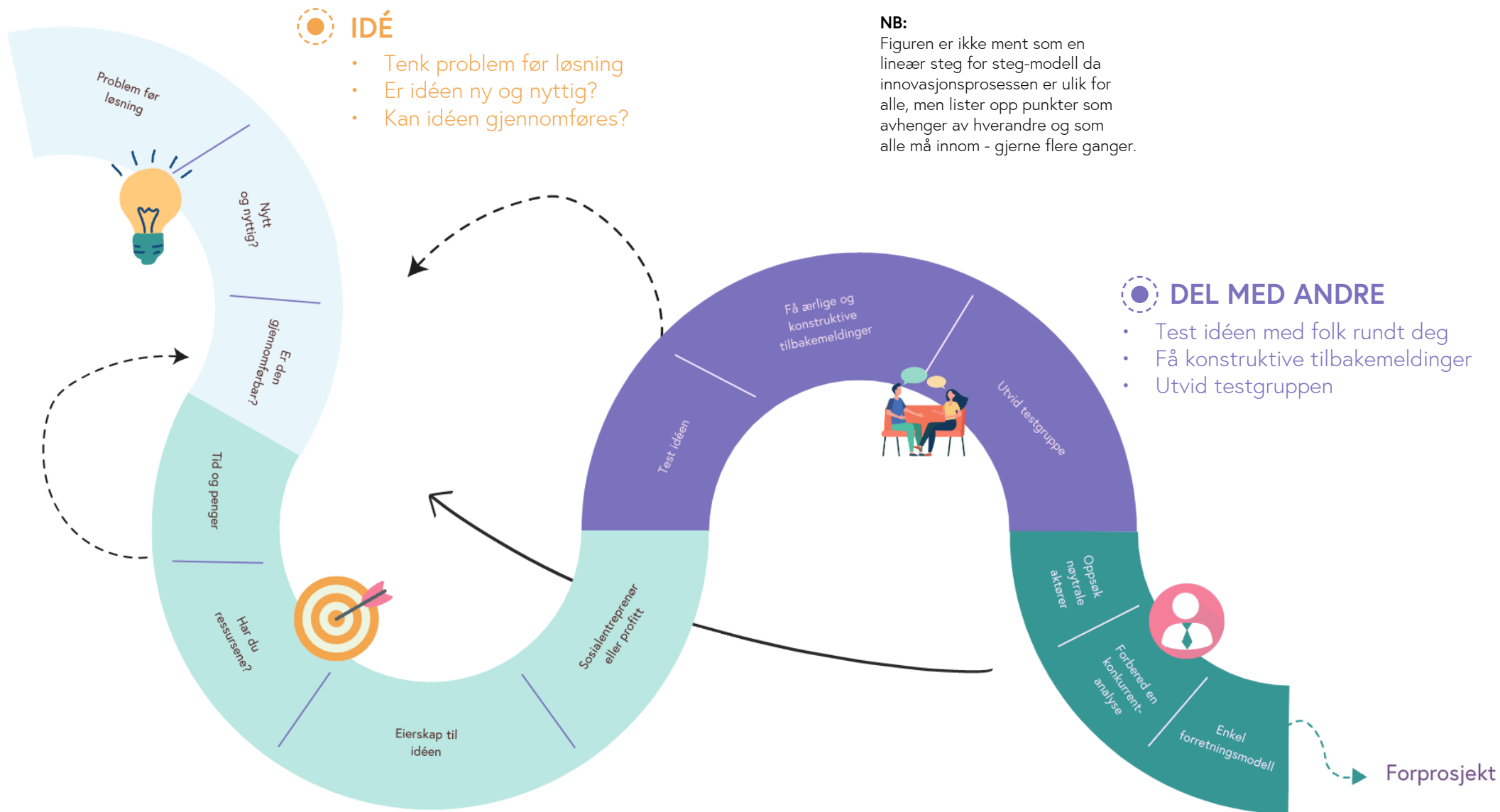
11,5 % av norske innbyggere bruker egne penger og ressurser på utvikling av ideer. Det gir et enormt tilfang av ideer, konsepter og prototyper som kan bli til innovasjoner.

I en tid med samfunnsutfordringer som klimaendringer, demografiske endringer og utenforskap, øker behovet for innovasjon, fornyelse og nye løsninger. Ved at **flere hverdagsinnovatører tar steget mot kommersialisering**, kan man oppnå mer innovasjon i både privat og offentlig regi.

Ved å ta utgangspunkt i en rapport utarbeidet av NORCE, Smartbyen Stavanger og Nordic Edge, som **belyser drivkrefter, barrierer og behov hverdagsinnovatører møter** i sitt arbeid, skal denne guiden gjøre det lettere å videreutvikle løsninger som har potensial til å kommersialiseres.



Få mer informasjon om forskningsprosjektet.



● IDÉ

- Tenk problem før løsning
- Er ideén ny og nyttig?
- Kan ideén gjennomføres?

NB:

Figuren er ikke ment som en lineær steg for steg-modell da innovasjonsprosessen er ulik for alle, men lister opp punkter som avhenger av hverandre og som alle må innom - gjerne flere ganger.

● DEL MED ANDRE

- Test ideén med folk rundt deg
- Få konstruktive tilbakemeldinger
- Utvid testgruppe

● KJENN DEG SELV

- Kartlegg hvor mye tid og penger du vil og kan bruke
- Har du ressursene som trengs, og hvilke mangler du?
- Definer eierskap til ideen - kan du utvikle den med andre?
- Skal du løse et sosialt problem eller drives du først og fremst av profitt?

● OPPSØK NØYTRALE AKTØRER

- Oppsøk nøytrale aktører
- Forbered en konkurranseanalyse
- Ha tanker om en forretningsmodell

Forprosjekt

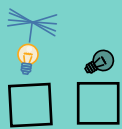
01. Idé

Mange får en god idé, men ikke alle utvikler den videre til kommersialisering. Før man starter på en eventuell reise mot eget produkt eller selskap, er det smart å jobbe seg gjennom ideen slik at man har tenkt på mange av de spørsmålene man vil møte seinere. Dette er ikke nødvendigvis tekniske spørsmål og utfordringer, men mer markedsrelatert. Løser idéen et reelt problem noen er villige til å betale for å få løst? Når du vet hvilket problem du skal løse, kan du jobbe mer effektivt og målrettet med videreutvikling av idéen.

Videre må du undersøke om idéen eller løsningen er ny og nyttig. Finnes det andre løsninger som løser samme problem? Hvis ja, hva skiller din idé fra disse?

Mange idéer og løsninger kan være gode, men vanskelige å gjennomføre. Det være fordi den krever teknologi som ikke eksisterer, eller fordi den vil være for ressurskrevende å gjennomføre. Ved å følge de neste punktene i guiden vil du fort se om dette er tilfellet.

Vet du hvilket problem ideen løser?



Vet du hvem som trenger løsningen?

Er idéen ny og nyttig - for de få eller mange?

Er idéen gjennomførbar?

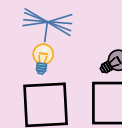
02. Kjenn deg selv

Hverdagsinnovatører har ulike drivkrefter og ulik motivasjon for å ta sin idé videre til kommersialisering. Mange undervurderer varigheten og kapasiteten som trengs for å lykkes. Å bestemme seg for hvor mye penger og innsats man kan og vil investere i arbeidet er derfor viktig for den videre prosessen og for motivasjonen når ting gjerne stopper litt opp. For de med mye eierskap til idéen vokser gjerne ambisjonene i takt med utfordringene, mens det for andre kun oppleves demotiverende.

Kartlegging av egen motivasjon og drivkrefter gjør det også lettere å se hvilke ressurser du har behov for. Dette henger tett sammen med eierskap til idéen. Er du villig til å dele eierskapet, kan du få med andre for å lette arbeidsmengden. Om du har begrenset med økonomiske ressurser, deler dere også risikoen.

Videre er det lurt å tidlig se om du motivasjonen din er å løse et sosialt problem og om du har en ideell drivkraft eller om du først og fremst er drevet av profitt. Løsninger som tar sikte på sosiale problemer får lettere innpass hos offentlige aktører, men vil til gjengjeld ofte ikke gi de samme inntektene.

Har du tid og penger?



Har du de ressursene som skal til?

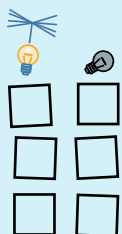
Vet du hva som motiverer deg?

03. Test med andre

Når du har utviklet ideen og har gått noen runder med deg selv på om dette er en idé som det er verdt å gå videre med, er tiden inne for å sjekke med venner, kjente og andre som kan gi god informasjon om innhold og retning. Disse kan gi verdifull informasjon om tidspunktet er riktig, om det er et marked for produktet eller tjenesten og hvilke utfordringer de ser for seg. Dette er viktig for å få et annet perspektiv, så ikke plukk blant de som naturlig vil heie på det du gjør. Be om ærlig og konstruktiv tilbakemelding.

Det viktigste i denne prosessen er å fokusere på problemet du vil løse. Undersøk nøye om du har forstått problemet riktig. Dersom idéen viser seg å ikke løse det problemet du trodde, er tilbakemeldingene en ypperlig mulighet til å justere og forbedre løsningen.

Hvem målgruppen er og hvilket problem du vil løse har mye å si når du skal teste idéen og hvor stort utbytte du får av tilbakemeldingene. Kanskje er de rundt deg ikke riktig målgruppe og vil derfor ikke se verdien av idéen. Da bør du utvide testgruppen til du finner noen som ser potensiale i idéen og forsøke å nå flere i denne gruppen.



Har du testet på et bredt utvalg personer?

Er andre kritiske nok til idéen?

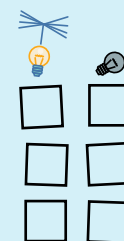
Forstår andre hvilket problem du løser?

04. Oppsøk nøytrale aktører

Etter å ha utviklet en idé og kommet forbi det punktet at man tester den på nettverket rundt seg, er tiden inne for å innhente hjelp fra mer profesjonelle aktører som jobber med utviklingen av produkter og tjenester. Det finnes ulike aktører og akseleratorprogrammer som hjelper med veien videre. Men husk at veien er lang og byr på store utfordringer.

Gjennom aktører slik som blant annet SKAPE og Validé kan du få hjelp til veien videre. Det finnes ulike programmer som støtter arbeidet fram mot et nytt produkt eller en ny tjeneste. Du vil lære å tenke gjennom hva produktet eller tjenesten skal være, hvem som er kjøper, hvordan du skal selge osv. Innovasjon Norges vekst- og gründersenter kan også være til hjelp, samt at du vil finne flere gode og gratis kurs på kompetanseportalen. SKAPE er en offentlig aktør som tilbyr kompetanse og rådgivning. De har mange kurs innen ulike områder. Validé er en uavhengig og nøytral aktør som drifter et Økosystem for innovasjon i Rogaland og bistår med rådgivning og programmer, nyskapende ideer med kompetanse, nettverk og kapital.

I tillegg er det mulig å teste nye ideer på både Nordic Edge, som driver innen smarte og bærekraftige byer, samt Smartbyen i Stavanger kommune. Noen ganger kjører sistnevnte til og med egne kvikktester hvor nye ideer kan prøves ut i det virkelige liv. For mer om disse kan du se på baksiden av denne brosjyren. Her finner du lenke til hjemmesidene deres, samt lenke til Innovasjon Norge som kan neste steg på reisen.



Har du forberedt en konkurrentanalyse?

Har du tanker om hvilken forretningsmodell du skal ha?

Har du undersøkt hvilke muligheter som finnes for videreutvikling?

KAN VI HJELPE DEG?



NORDIC
EDGE



SKAPE:
for etablerere i Rogaland