

Ideias Brilhantes

Como filtrar e priorizar as suas ideias

Para melhorar a inovação nas empresas do segmento da saúde e bem estar

 **Interreg**
Atlantic Area
European Regional Development Fund



 **CAHFE S**

ÍNDICE

1


Alinhar as suas ideias inovadoras para um projeto com a sua estratégia de inovação

A importância de alinhar as novas ideias de projeto ou de produto com a estratégia de inovação implementada na empresa
Disseminação da estratégia de inovação
Melhorar o processo de escolha de ideias inovadoras de projetos ou de produtos

2

Técnicas para filtrar e priorizar ideias

O método "Sparkle Ideas"
Grelhas de critérios e matriz de avaliação de ideias
As melhores práticas e ferramentas para validar as ideias inovadoras junto dos consumidores



1. Alinhar as suas ideias inovadoras para um projeto com a sua estratégia de inovação

A importância de alinhar as novas ideias de projeto ou de produto com a estratégia de inovação implementada na empresa

Alinhar as suas ideias inovadoras para um projeto com a sua estratégia de inovação

A inovação é um pilar cada vez mais importante para o desenvolvimento de negócio nas empresas.

As empresas agroindustriais têm noção de que quando a inovação é bem implementada, são criadas vantagens competitivas claras para a empresa.

No entanto, frequentemente se observa que, mesmo nas empresas em que existe o reconhecimento de que a estratégia de inovação é um fator importante, nem sempre existe a capacidade na empresa de articular claramente todas as ideias inovadoras com a sua própria estratégia de inovação.

No entanto, esta capacidade é fundamental para que a empresa possa colocar o foco da sua investigação no cumprimento de metas internas e em áreas de prioridade estratégica para o desenvolvimento do negócio.

É por isso que é crucial identificar as áreas de inovação estratégicas da sua empresa.

Esta é uma informação vital que o ajudará a assegurar que as ideias inovadoras geradas estarão alinhadas com a sua estratégia empresarial.



Partilhar a sua estratégia de inovação

Assim que tiver a sua estratégia de inovação bem definida e clara, é **crucial informar a sua equipa acerca da mesma e das áreas estratégicas de inovação.**

De facto, **a sua equipa será mais eficiente e terá o seu esforço mais focado nas áreas de interesse estratégico para a empresa quando entende bem quais são as prioridades** - ter até 5 objetivos definidos de cada vez, é o máximo para garantir o cumprimento da estratégia definida.

Melhorando o processo de gestão de conhecimento interno, significará que a sua equipa não perderá tempo nem esforço na pesquisa de assuntos que já não interessam à empresa.

** Gestão do conhecimento: processo de criação, enriquecimento, capitalização e validação de conhecimento que envolve todos os membros da organização.*



“A Criatividade é a arte de produzir soluções originais e eficientes para um problema conhecido.”



“A sua empresa não precisa de uma imensidão de ideias, mas de disciplina.”

Melhorar a escolha de ideias e projetos inovadores



Quando a sua estratégia de inovação for clara, com as áreas de inovação bem definidas, e bem conhecida de toda a equipa, as ideias produzidas serão de melhor qualidade e mais relevantes.

Ainda assim, as ideias geradas serão bastante mais do que aquelas que poderão vir a ser transformadas em projetos de inovação. Por isso, precisará de técnicas e ferramentas que o ajudem a selecionar as ideias que irão levar ao melhor desenvolvimento de produto ou os melhores projetos.

2. Técnicas para filtrar e priorizar ideias



O método das
« Ideias Brilhantes »...

O método das Ideias Brilhantes: Uma seleção baseada na intuição e na experiência (1/4)

Depois do processo da ideação criativa, o 1º método de filtração consiste em organizar as ideias geradas em grupos que têm temas comuns.

Este processo permite-lhe ver:

- ❖ Há ideias duplicadas?
- ❖ Quais são os temas que se destacam?
- ❖ Alguns temas ficam sobrepostos?
- ❖ Algumas ideias podem ser complementares entre si para atingir determinado objetivo?



O método das Ideias Brilhantes:

Uma seleção baseada na intuição e na experiência (2/4)

É uma boa prática definir antecipadamente o número de ideias que procura, dependendo na sua capacidade de gerir múltiplos projetos de inovação.

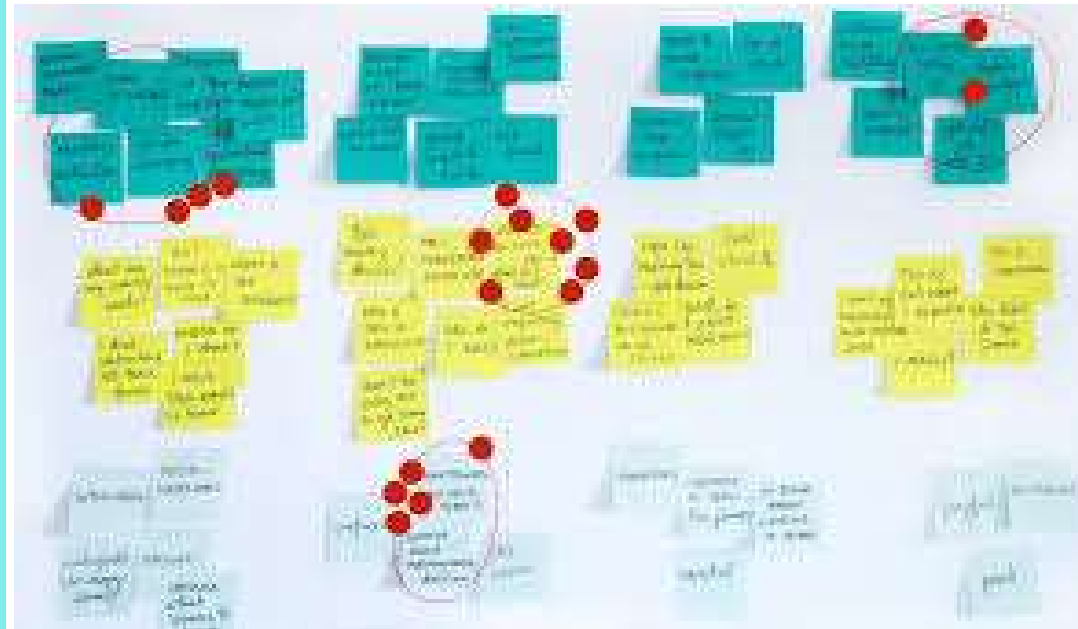
Assim que os grupos temáticos estejam criados, os participantes devem poder votar nas suas ideias favoritas.

Pergunte a cada um dos membros da equipa para escolher aquelas ideias que fazem os “seus olhos brilhar” e que considerariam para si um desafio que gostavam de abarcar.

Estas serão as chamadas Ideias Brilhantes!

As ideias que terão um maior número de votos irão integrar o portefólio de projetos futuros da empresa.

84% das empresas agroalimentares fazem uso da intuição para priorizar a inovação da empresa.*



* Dados do “French Agri-food Innovation Barometer 2017-2018” Valorial/KPMG

O método das Ideias Brilhantes: Uma seleção baseada na intuição e na experiência (3/4)

Os votantes, ou os colegas mais motivados devem trabalhar em conjunto afim de detalhar e planejar o futuro projeto.

Cada ideia brilhante deve ser definida com o maior detalhe possível, num formato de projeto para registar os aspetos mais importantes da ideia:

O título do projeto, descrição do produto/serviço a desenvolver, o público-alvo, a que necessidades responde e como, o carácter inovador, os passos a desenvolver antes do desenvolvimento, parceiros necessários, e os resultados/ benefícios esperados.



Formulário de Projeto

Título do projeto e acrónimo:

Descrição do produto/serviço:

Público-alvo:

Características inovadoras/soluções:

Passos a desenvolver:

Competências internas/parceiros a integrar:

Resultados esperados/ benefícios (eco, societal, ambiental...)

O método das Ideias Brilhantes: Uma seleção baseada na intuição e na experiência (4/4)

Como começar?

1. Construir um plano de ação:

⇒ Identificar 3 ações no projeto que pode colocar em curso no imediato para progredir a curto prazo.

Por exemplo:

Uma 1ª ação poderá ser a verificação da inovação no mercado da sua ideia através de pesquisa no mercado e pesquisa bibliográfica.

Outra ação poderá passar por fazer um inquérito aos seus clientes que pertencem ao público-alvo da ideia, ou a outros parceiros, para validar a aceitação dos consumidores a esta nova ideia.

Esta fase é muito importante para comprovar que a ideia escolhida é viável e se é de facto uma boa ideia!





2. Técnicas para filtrar e priorizar ideias

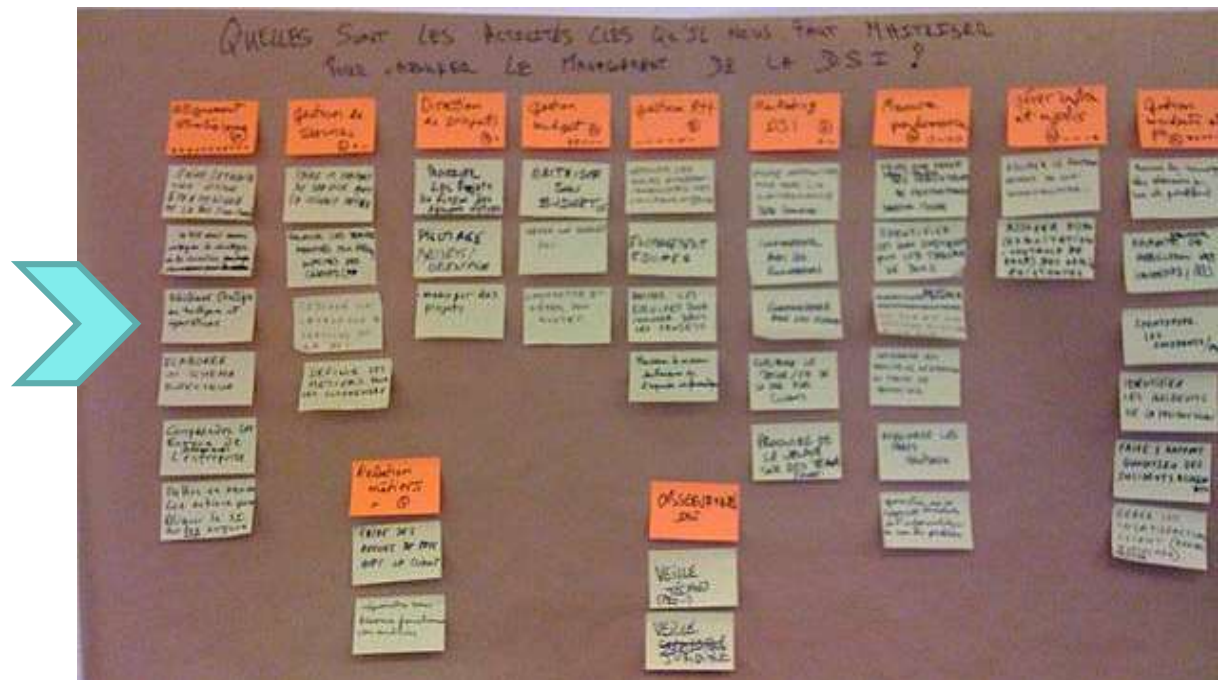
Método de Grelhas de critérios e Matrizes

Método de Grelhas de critérios e Matrizes : Um método comprovadamente racional (1/4)

Depois do processo de ideação criativa, a primeira tarefa, tal como no método anterior, é organizar as ideias em grupos temáticos.

Este processo permite-lhe ver:

- ❖ Há ideias duplicadas?
- ❖ Quais são os temas que se destacam?
- ❖ Alguns temas ficam sobrepostos?
- ❖ Algumas ideias podem ser complementares entre si para atingir determinado objetivo?



Checklist para apoio à filtragem das ideias:

- Pode ser útil perguntar a si próprio e à sua equipa, questões como:
 - Conseguimos, de forma clara e concisa, descrever por escrito esta ideia ou conceito?
 - Que nome daremos a esta ideia ou projeto?
 - Quem necessita deste conceito?
 - Porque comprarão este produto/serviço?
 - As outras empresas e/ou marcas oferecem produtos/serviços similares?
 - Porque é que o nosso será melhor?, e em quê?
 - Qual o número de ideias que poderemos implementar no curto prazo de forma realista?
 - Como vamos vender esta ideia?
 - Como vamos produzir em escala para colocar este produto no mercado?
 - Qual será o custo de produção e o que significará para empresa? (i.e. caro ou barato?)
 - O que vamos de precisar para colocar este produto/serviço no mercado??
 - Qual é o potencial de vendas?

Método de Grelhas de critérios e Matrizes : Um método comprovadamente racional (2/4)

Classifique os conceitos de acordo com a grelha multi-critérios, com 2 tipos de critérios:

- ❖ Critérios que refletem a atratividade do projeto
 - ❖ (i.e. Impacto estratégico, impacto económico esperado, etc.)
- ❖ Critérios que refletem a facilidade de implementação
 - ❖ (i.e. prazos, competências, orçamentos, etc.)

		Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4
Strategic impact and economic benefits	margin potential	5/5	0/5	5/5	1/5
	market fit	3/5	5/5	4/5	1/5
	distinctiveness	0/5	1/5	5/5	0/5
	Subtotal	8/15	6/15	14/15	2/15
Implementation difficulties	completion time	1/5	5/5	2/5	0/5
	acquisition of skills	0/5	5/5	0/5	1/5
	development cost	5/5	5/5	0/5	1/5
	Subtotal	6/15	15/15	2/15	2/15

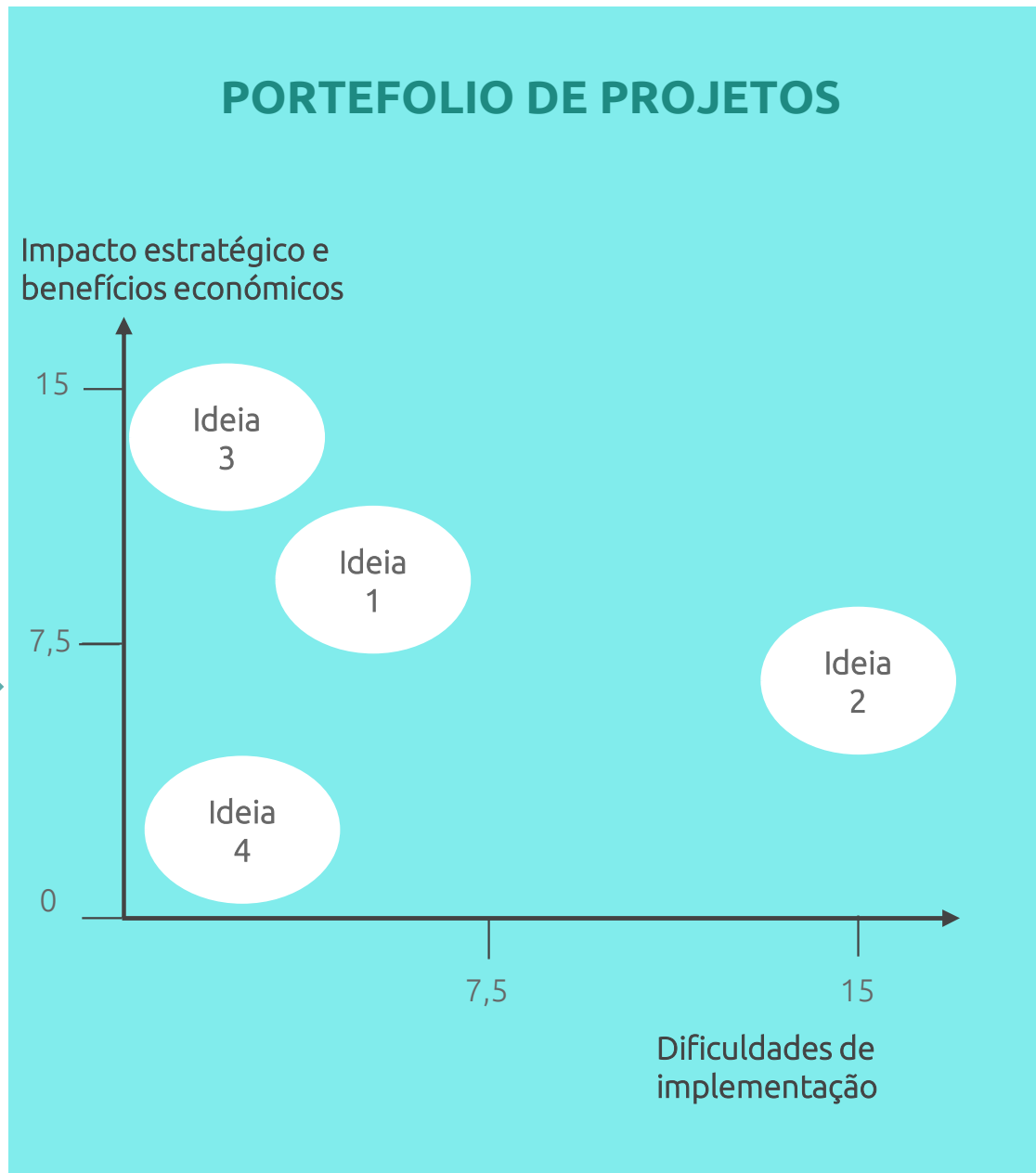
Matrizes : Um método comprovadamente racional (3/4)

Depois, poderá priorizar os conceitos posicionando-os numa matriz de acordo com as classificações atribuídas naqueles dois eixos de critérios.

Esta matriz permite uma visão geral do portefólio de projetos e servirá como base para fazer uma avaliação, com toda a equipa, dos projetos a desenvolver no curto prazo.

Alguns projetos estarão bem situados em termos de impacto estratégico e benefícios económicos, mas não no que se refere às dificuldades de implementação. Outros estarão posicionados no oposto.

A sua empresa terá então de decidir, em conjunto ou não com toda a equipa, que projetos serão para desenvolver ou não e dos que seguirão, quais os primeiros a implementar.



Checklist para apoio à priorização das ideias:

- Tendo em conta o estudo de mercado e inquéritos que fez previamente, responda às seguintes questões para cada um dos projetos:
 - Qual o potencial de mercado deste conceito?
 - Que quota de mercado esperamos atingir? (seja realista)
 - Qual o volume de negócios que este conceito irá gerar?
 - Quais serão os custos de produção e qual a margem de lucro que poderemos conseguir?
 - Quando se conseguirá fazer o retorno do investimento tendo em conta os custos de desenvolvimento necessários?
 - É uma ideia única ou poderão surgir outros produtos “spin-off” desta ideia?
 - Quais são os meus competidores e o que fazem no setor/segmento a que se destina esta ideia?
 - Como é que os meus produtos poderão distinguir-se os outros no mercado?
 - Posso produzir de forma a que se cumpram todos os requisitos legais da segurança alimentar?
 - Há alguma legislação que poderá afetar (positivamente ou negativamente) o desenvolvimento da minha ideia?
 - Quão rápido posso colocar este produto no mercado?
 - Qual o investimento necessário?, temos os fundos para o mesmo?
 - Que canais posso utilizar para vender a minha ideia?, já tenho experiência/conhecimentos nesses canais?
 - Precisamos de parceiros como fornecedores de matérias-primas ou de equipamentos para desenvolver o produto em escala? E se sim, temos os contactos necessários?

Método de Grelhas de critérios e Matrizes : Um método comprovadamente racional (4/4)

O ultimo passo é eliminar os conceitos/projetos, tendo em conta assegurar um equilíbrio do nosso portefólio (por exemplo, 80% de projetos de curto prazo, 20% de projetos a longo prazo).

Não é fácil eliminar projetos mas é necessário e importante!

O mapeamento e identificação prévia de elementos que irão inviabilizar ou dificultar o processo de desenvolvimento, quer internos quer externos, e de condições que não são as ideais para prosseguir, é mais fácil fazer esta eliminação de forma ponderada.

Este processo irá permitir a libertação da equipa de projetos que não irão seguir em frente e permitir-lhes a dedicação exclusiva aos que serão para seguir para desenvolvimento.

I think
I need to
Kill
this project

Nota: Há ferramentas digitais online que permitem fazer este tipo de votações, avaliações etc. Procurem online por: plataforma de avaliação de ideias, aplicação para gestão de projetos com workflows para tomada de decisão, caixas interativas, etc. ("evaluation platform ideas", "project management applications with decision-making workflow", "Interactive boxes")



2. Técnicas para filtrar e priorizar ideias

Melhores práticas &
Ferramentas úteis para validar
as ideias inovadoras junto do
consumidor

Melhores práticas & Ferramentas úteis para validar as ideias inovadoras junto do consumidor

Plataformas de avaliação online
para exploração do conceito



Análises
sensoriais

Focus
Groups

Provas cegas



Inquéritos nas
redes sociais

Blogues



Mesas redondas

Consumidores premium
transformados em
“Lead users”
Consumidores pioneiros

Promoção para
“Early adopters”



Food Trucks

Standsem Feiras
ou Ações promocionais

Testes com consumidores
nas suas próprias casas
“Home testing”





Esperamos que este módulo de treino seja um suporte útil e proveitoso para a inovação de alimentos e bebidas saudáveis.

Este módulo pertence a uma série de oportunidades de treino, organizadas em programas temáticos para apoiar as PME (pequenas e médias empresas) nas regiões participantes do País de Gales, Irlanda do Norte, Irlanda, Espanha, Portugal e França para trazer novos e reformulados alimentos e bebidas saudáveis para o mercado.

O treino foi elaborado pelos parceiros do projeto AHFES que é um ecossistema de alimentação saudável de quadrupla hélice da área atlântica para o crescimento de PMEs financiado pela União Europeia no âmbito do Programa de Financiamento do Espaço Atlântico INTERREG.

Este programa promove a cooperação transnacional entre 36 regiões atlânticas de 5 países europeus e cofinancia projetos de cooperação nas áreas da Inovação e Competitividade, Eficiência dos Recursos, Gestão de Riscos Territoriais, Biodiversidade e Ativos Naturais e Culturais.

Para mais informações sobre outros treinos disponíveis, por favor, [clique aqui](#).



Este projeto é cofinanciado pelo
Fundo Europeu de Desenvolvimento
Regional
através do Programa Interreg Espaço
Atlântico

