Manual

Svenska Uppfinnareföreningens digitala innovationsverktyg

Välkommen till Svenska Uppfinnareföreningens innovationsverktyg!

Vi har utvecklat denna sida med avsikten att möta några av de behov som innovatörer har. Det finns tre huvudsakliga mål:

- Hjälpa till med att utvärdera den kommersiella potentialen i innovativa idéer.
- Hjälpa till med att utveckla idéer genom en modern innovationsprocess med fokus på hela affärsmodellen.
- Ge medlemmarna tillgång till hela det nationella nätverket och möjlighet att söka efter specifika kompetenser.

Innovationsverktyget som finns på plattformen syftar till att hjälpa dig att systematiskt arbeta med utvecklandet av din innovation och hjälper till att rikta fokus till alla viktiga delar i processen. Manualen kan förhoppningsvis ge svar på de flesta av dina frågor relaterat till var man hittar saker i verktyget.

Vi rekommenderar att du tar hjälp från minst en person som kritiskt kan ifrågasätta dina antaganden och komplettera din kompetens när du använder verktyget. Genom att involvera flera olika personer uppstår möjligheten att diskutera de olika delarna och ni komma fram till kreativa lösningar tillsammans. Dessutom blir det roligare!

Har du ytterligare frågor, kontakta Helen Mattsson på Svenska Uppfinnareföreningen på helen.mattsson@uppfinnare.se

Innehåll

Kom igång 4

Skapa ett konto 4

Skapa en profil 4

Iteration 1: Utvärderingsverktyg 7

Starta ett nytt projekt 7

Välkommen till innovationsverktyget 7

Öppna ett påbörjat projekt 7

Ta bort ett projekt 7

Iteration 2: Utvecklingsverktyg 9

Kunder 9

Behov 10

Lösning 10

Värdeerbjudande 10

Kanaler 10

Verksamhetsmål 10

Intäkter 10

Kostnader 10

Inträdesbarriärer 11

Övrigt 11

Startsidan 11

Kom igång

Skapa ett konto

För att kunna nyttja plattformen måste du skapa ett inloggningskonto. För att göra detta krävs en licens, varför du måste få en registreringskod. Har du det kan du gå in på http://irt.uppfinnare.se/ och klicka på ”Registrera ny användare”. Där skapar du ett konto och anger din registreringskod. Om du saknar registreringskod, skicka ett mejl till helen.mattsson@uppfinnare.se

Skapa en profil

Det första vi rekommenderar att du gör efter att du har skapat ett konto och loggat in är att komplettera din profil. Detta för att du ska kunna ta del av det nätverk som plattformen medför genom alla de användare som väljer att offentliggöra sina kompetenser så att andra kan hitta kunniga personer att ta hjälp av.

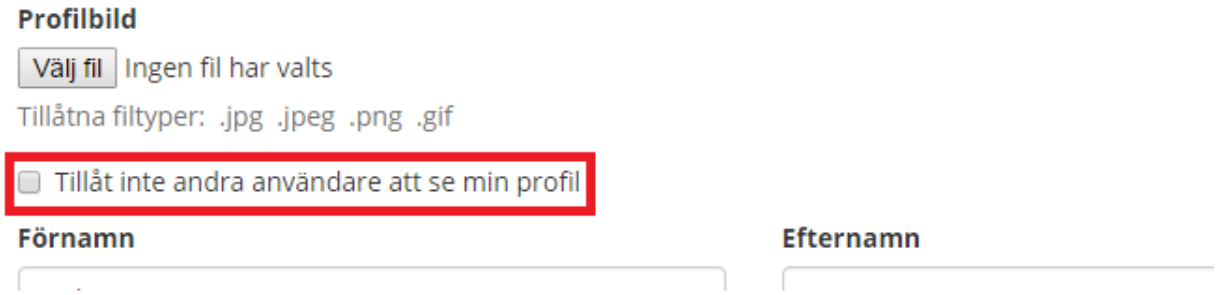
För att komma till profilhanteraren klickar du högst upp i högra hörnet på gubben (se Figur 1).

FIGUR 1: KLICKA HÄR FÖR ATT REDIGERA DIN PROFIL

Fyll i personuppgifter

Fyll i dina uppgifter, ladda gärna upp en profilbild genom att klicka på ”välj fil”. Om du är medlem i SVENSKA UPPFINNAREFÖRENINGEN kan du specificera i vilken förening du är medlem via, eller om du är direktansluten. Annars välj ”Ingen”.

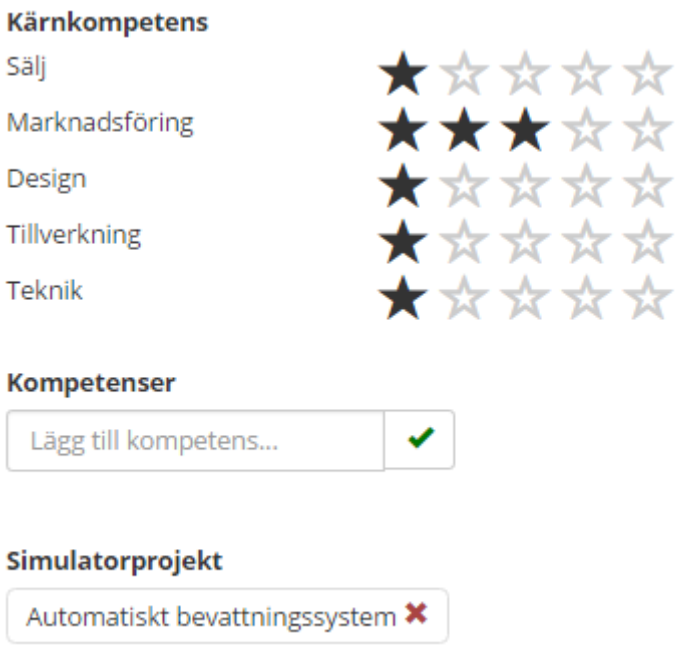
Du kan välja huruvida du vill att andra ska ha möjlighet att se din profil (se Figur 2). Observera att om du väljer att ha en dold profil har du inte heller möjlighet att utnyttja nätverket själv.



FIGUR 2: BESTÄM OM DU VILL HA EN PUBLIK ELLER PRIVAT PROFIL

Specificera kompetenser

För att beskriva dina kärnkompetenser, klicka på stjärnorna så att dessa fylls i. Det är bra att fundera över vilka kompetenser som behövs för att nå hela vägen med realiserandet av sin idé. Om man inte besitter alla kompetenser själv finns det olika sätt att komplettera detta genom att exempelvis ta in fler i sitt team. Annars kan man behöva betala för externa tjänster vilket kan bli dyrt. Lägg till ytterligare kompetenser genom att skriva fritexter i fältet och tryck ”Enter” eller på den gröna check-knappen. Om du vill ta bort en tillagd kompetens, klicka på det röda krysset för den kompetens det gäller.



FIGUR 3: LÄGG TILL INFORMATION I DIN PROFIL

Sökfält för att hitta specifik kompetens i nätverket

Använd närsomhelst sökfältet för att hitta personer i nätverket med en specifik kompetens som du efterfrågar. Kanske vill du be någon om råd, få hjälp med prototypframtagning, 3D-printing, rörbockning eller liknande. Endast de som själva visar sin profil för andra har möjlighet att använda sökfältet för att hitta andra på plattformen med specifika kompetenser.

Klicka först på ”förstoringsglaset” högst upp i rutan (Se Figur 4).

FIGUR 4: KLICKA HÄR FÖR ATT FÄLLA UT SÖKFÄLT

Då fälls ett sökfält ut (Se Figur 5) i vilket du kan söka efter andra medlemmar, specifik kompetens eller medlemsföreningar.

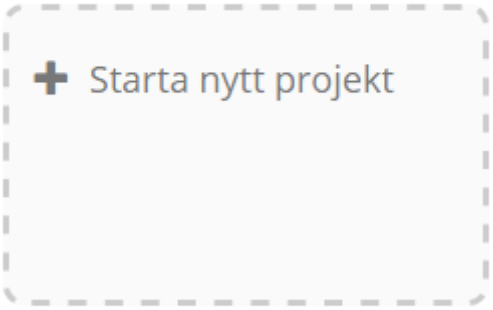
FIGUR 5: SÖKFÄLT FÖR ATT HITTA KONTAKTER ELLER SPECIFIK KOMPETENS

Om du klickar på något av de namn som kommer upp vid din sökning kan du se deras profil och får möjligheten att kontakta dem via e-mail. Du kan inte se personens mejladress, men om hen väljer att svara på ditt mejl kommer det till mejlkontot du har registrerat dig med och du får på så vis den personens kontaktuppgifter.

Iteration 1: Utvärderingsverktyg

Starta ett nytt projekt

För att kunna starta ett nytt projekt måste du vara inloggad. Då bör du se ut ruta enligt Figur 5. Klicka på ”Starta ett nytt projekt”.



FIGUR 6: STARTA ETT NYTT PROJEKT

Välkommen till innovationsverktyget

Genom att starta ett nytt projekt kommer du till startsidan för simulatorn. Läs igenom den introducerande texten. Därefter är du redo att göra en första utvärdering av potentialen i din idé. Börja med att namnge ditt projekt.

Följ därefter instruktionerna som ges vid varje steg. När du klickar ”nästa” sparas det du tidigare har fyllt i automatiskt, så att du närsomhelst kan återvända till ditt arbete.

Öppna ett påbörjat projekt

De projekt du har påbörjat finns alltid sparade i vår databas. Alla dina påbörjade projekt finns att hitta på startsidan som du kommer till när du loggar in, eller genom att trycka på SUF-loggan högst upp på sidan. Klicka på det projekt du vill fortsätta arbeta med (som figur 6).

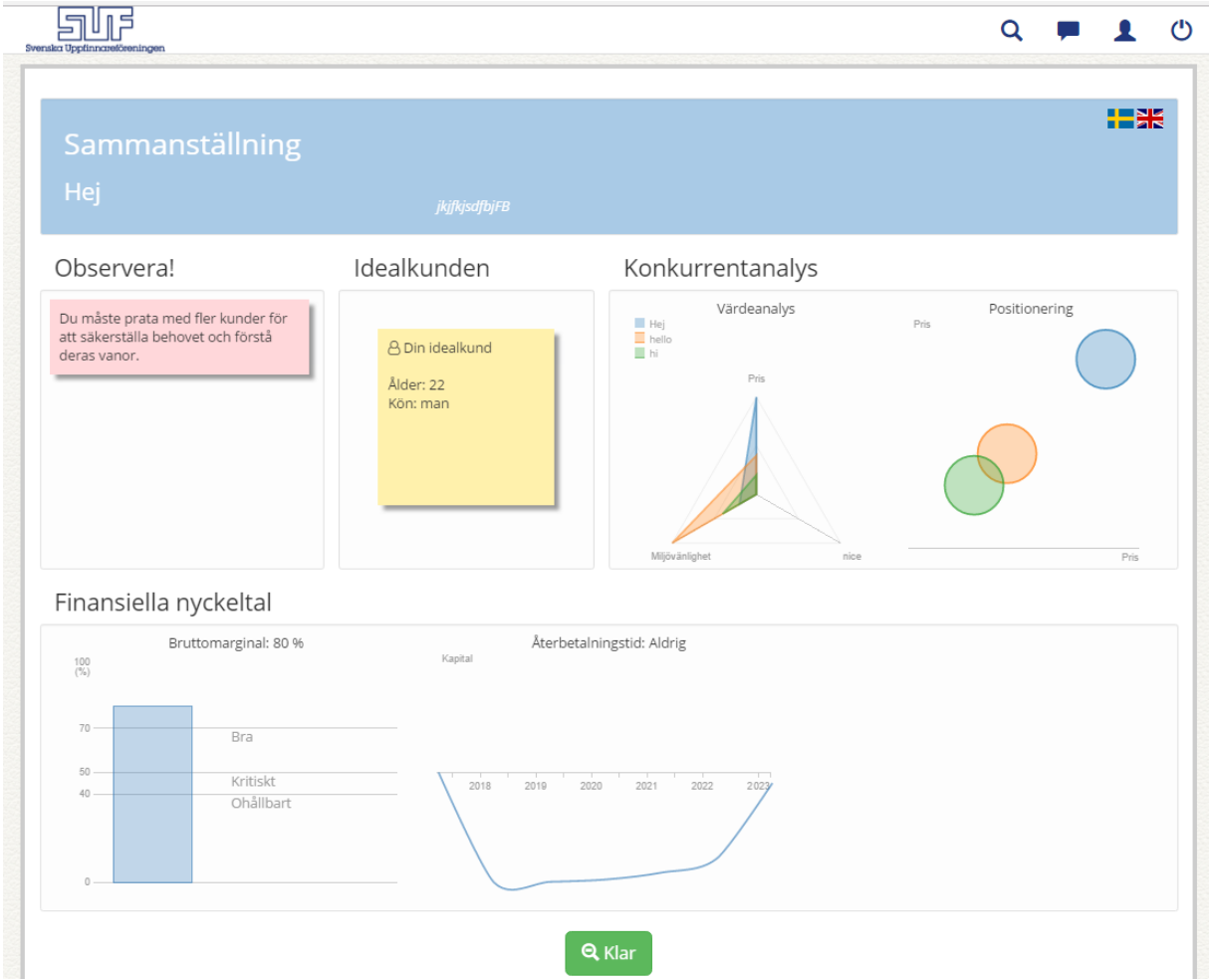
FIGUR 7: FORTSÄTT ARBETA MED ETT BEFINTLIGT PROJEKT

Ta bort ett projekt

Du kan ta bort projekt genom att klicka på kugghjulet i den blå rutan för det aktuella projektet (se Figur 6). Klicka på ”Ta bort” och därefter ”Ok” i den grå rutan som dyker upp.

Sammanställning

Efter att du har valt att gå vidare från iteration ett kommer du till en sammanställning (se Figur 8).

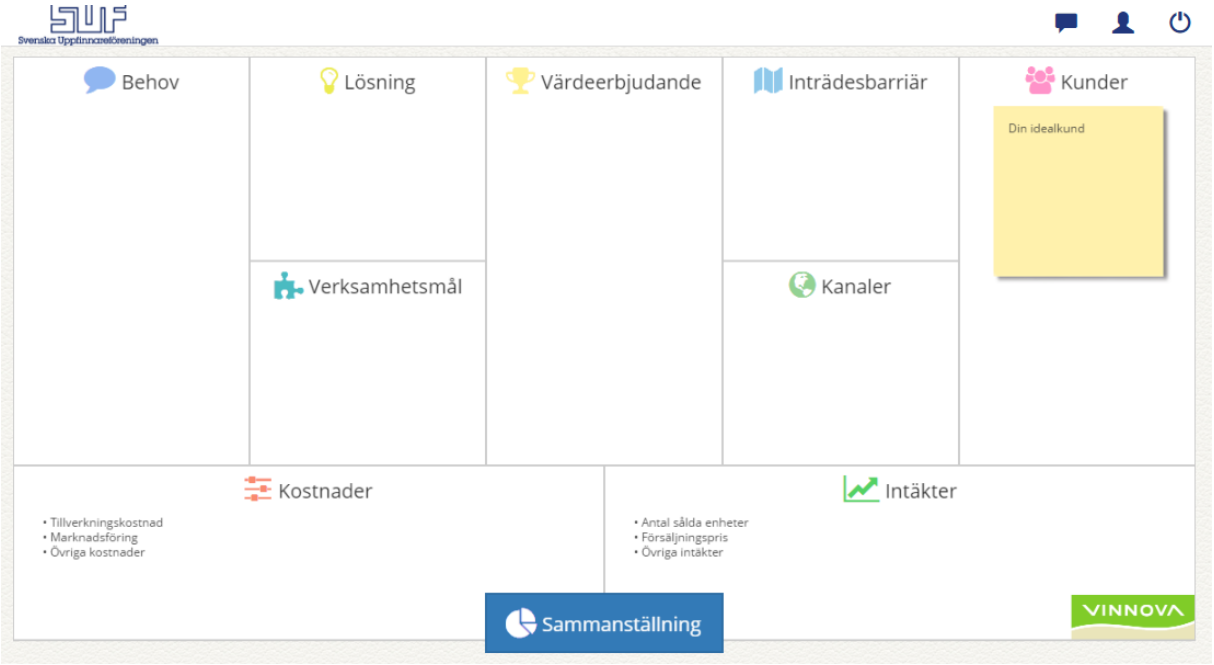


FIGUR 8: SAMMANSTÄLLNING EFTER ITERATION ETT (UTVÄRDERING)

Från sammanställningen kommer du sedan vidare till utvecklingsdelen. Du kan inte återvända till iteration ett men du kommer att få möjlighet att uppdatera dina finansiella siffror i utvecklingsdelen av verktyget när du kommer till dessa delar.

Iteration 2: Utvecklingsverktyg

Först när du är färdig med iteration ett, d.v.s. en första utvärderande fas, får du tillgång till utvecklingsverktyget (se Figur 9).



FIGUR 9: UTVECKLINGSVERKTYGETS ALLA STEG

Figur 9 visar hur din canvas kommer att se ut när du har gått igenom alla steg. Stegen ”öppnas” dock succesivt allteftersom du arbetar med din idé. Du måste alltså gå igenom canvasen i en specifik ordning.

Modellen utgår från ett affärsmodelleringsverktyg som kallas ”Lean canvas” men det finns även inslag av andra metoder för att utveckla produkter som slutanvändarna verkligen vill ha, som människocentrerad design.

Det vi strävar efter i detta steg är att se till att fokus riktas på alla väsentliga delar i affärsmodellen under utvecklingsprocessen. Problemlösare, ingenjörer, ja de som kommer på lösningar på problem fokuserar lätt och gärna på den delen av processen som de är mest intresserade av, d.v.s. lösningen. Det är helt naturligt att det blir så, men om målsättningen är att utveckla en produkt som en slutanvändare verkligen behöver och vill ha så måste man lägga mycket tid och efterforskning även på andra delar. Innan man blir för kär i en specifik idé om en lösning bör man ta ett steg tillbaka och se till att man verkligen förstår problemet och de underliggande behoven för de man utvecklar produkten för. Därefter måste flera tänkbara lösningar genereras och utvärderas. Detta hoppas vi ska bli tydligt genom att du använder verktyget.

Vi förespråkar en mycket iterativ arbetsprocess där insikter från verkligheten leder till att produkten och erbjudandet förändras för att möta problemen så som de verkligen är. Var därför inte rädd för att gå tillbaka i din canvas och göra nödvändiga förändringar allteftersom du lär dig mer.

Nedan följer en kort introduktion till varje del i utvecklingsverktyget.

Kunder

Det är viktigt att tidigt definiera målgruppen eftersom det underlättar utvecklingsarbetet. Annars är risken att man försöker göra allt för alla vilket slutar i att man inte gör något för någon. Fyll i de rutor som är relevanta. Observera dock att även om vissa element verkar onödiga så bidrar de till att skapa en tydligare bild av slutanvändaren, och det kommer bli lättare att förstå vad som är viktigt för hen, vilka kanaler som är viktigast eller effektivast för att nå den personen samt kanske vad betalningsviljan är. Beskriv därför din idealkund så noga du kan!

Det är naturligtvis inte säkert att du vet vilka dina första kunder är i ett tidigt skede. Gör då en gissning. Antagligen kommer du senare att få en djupare förståelse för det, och då kan du gå tillbaka till detta steg för att göra nödvändiga uppdateringar.

Behov

Koppla lösning idag (d.v.s. vad gör användarna för att möta behovet du har identifierat idag?) till det specifika behovet du har identifierat.

Lösning

Om du har identifierat slutanvändarnas behov och verkligen förstått dessa på djupet har du goda förutsättningar att utveckla en lösning som möter dessa behov. Ofta har vi märkt att man snabbt får en idé om hur man kan lösa problemet, och fortsätter utveckla den idén. Vi vill att du i detta steg ska generera många och helt olika idéer. Det är mycket sannolikt att det finns andra sätt att lösa problemet på som bättre möter slutanvändarens behov eller har bättre lönsamhetspotential. Välj därefter ut kanske tre idéer som du går vidare med och bygger enkla prototyper av innan du avfärdar dom.

Observera att tanken här inte är att du ska utveckla en helt färdig produkt. Här vill vi snarare introducera dig i hur man tänker när man arbetar med produktutveckling med slutanvändaren i fokus, samt hur du leder en idégenereringsprocess och väljer vilka idéer du vill fortsätta med. Utvecklingen av lösningen kommer att ske kontinuerligt genom hela processen.

Värdeerbjudande

Detta handlar om att försöka formulera vad som faktiskt levereras till slutanvändaren.

Kanaler

Ha din slutanvändare och köpprocessen i åtanke när du funderar vilka kanaler du bör använda dig av. Även målet: hur många slutanvändare måste du nå?

Verksamhetsmål

Det är viktigt att ha mål, och vi rekommenderar att du funderar kring olika typer av mål. Dels bör du ha mål som är kopplade till kundnöjdhet, eftersom nöjda kunder antagligen är en förutsättning för att du får återkommande kunder och rekommenderar dig till andra vilket är villkor för att din verksamhet ska vara hållbar på sikt. Dels bör du ha finansiella mål så att du får en förståelse för vilka volymer du behöver komma upp i för att nå dessa mål (exempelvis om du på sikt vill ägna dig åt detta på heltid). För att nå den volymen behöver du kanske anpassa valet av kanaler vilket i sin tur påverkar kostnaderna.

Avslutningsvis bör du fundera kring varför du vill göra detta. Vad driver dig? Vad är viktigt för dig? Finns det några viktigare värden än att tjäna pengar? Detta kan även vägleda dig när du fattar beslut senare om hur du vill fortsätta driva ditt projekt, om det exempelvis är i egen regi eller om du föredrar att hitta en licenstagare.

Intäkter

För att få en känsla för betalningsviljan för din produkt kan du exempelvis jämföra med andra produkter som löser problemet. Du kan även försöka ta reda på detta genom att prata med kunderna. Observera dock att människor i regel vill vara snälla och kan uppge en betalningsvilja som i själva verket är betydligt lägre. Det effektivaste sättet att ta reda på betalningsviljan är att faktiskt försöka sälja din uppfinning eller en enkel variant av den som ändå visar på värdet.

I fältet ”Övriga intäkter” får du möjlighet att skriva med fritext. Kanske har du kommit fram till en affärsmodell som inte innebär att du ska sälja produkter direkt till slutkunden, du kanske snarare vill hyra ut dina produkter eller har någon annan kreativ idé.

Kostnader

Här försöker vi hjälpa dig att tänka på flera kostnader som kommer att uppstå som man annars lätt glömmer bort. Dock är varje projekt unikt liksom kostnaderna som medföljer. Du kan välja att sätta vissa kostnader till 0, och du kan lägga till egna kostnadsposter under övrigt.

För att bedriva en verksamhet tillkommer betydligt fler kostnader relaterade till lokaler, personalkostnader o.s.v. Du kan välja att lägga till dessa under övrigt om du önskar.

Inträdesbarriärer

Detta handlar om två saker. Dels vilka barriärer som redan finns på marknader som du måste överkomma för att komma in på den, och dels på vilket sätt du hindrar andra aktörer från att på sikt inkräkta på dina tilltänkta marknadsandelar. Det är viktigt att förstå värdekedjan och ta reda på om det finns någon möjlighet att ta sig in där och i så fall hur detta kan göras.

Läs igenom texterna noggrant och om du känner dig osäker rekommenderar vi att du tar kontakt med en expert på området.

Övrigt

Startsidan

För att hitta tillbaka till startsidan klickar du på SUF-loggan höst upp i mitten av sidan (se figur 10).

Observera att du alltid kan komma åt sammanställningen genom att klicka på den blå knappen ”Sammanställning” längst ner på canvasen (se Figur 9), och du kommer att fördjupa dig i intäkter och kostnader senare i canvasen vilket alltså blir en uppdatering av din finansiella analys.

FIGUR 10: GÅ TILLBAKA TILL STARTSIDAN

Posta ett inlägg

Om du vill ställa en öppen fråga eller sprida information till hela nätverket börjar du med att klicka på ”pratbubblan” högst upp i rutan (se Figur 11).

FIGUR 11: GÅ TILL GÄSTBOKEN

Då kommer då till en gästbok (se Figur 12). Skriv ett meddelande i fältet nedan och klicka på skicka.

FIGUR 12: POSTA ETT MEDDELANDE TILL HELA NÄTVERKET