

4. Techniky tvorby nápadov

4.1. Zdroje nápadov

Nápady prichádzajú od ľudí, ktorých poznáme, príbehov, ktoré počúvame, z práce, ktorú robíme, našich záujmov, našich názorov a našich skúseností. Niektoré nám vedú pomôcť pri práci, zlepšiť fungovanie nášho podniku, alebo dokonca vám vedú priniesť celý majetok. Podnikateľské nápady sa nachádzajú všade okolo nás. Niektoré podnikateľské nápady prichádzajú prostredníctvom podrobných analýz trhových trendov, potrieb zákazníkov; iné prídu len náhodou. Ale ako viete nájsť zdroj nápadov a vedomostí?

Môžete začať skúmaním vašich vlastných (alebo osobných) zručností tvoríť podnikateľské nápady. Na to aby ste našli realizovateľný podnikateľský nápad skúste sa opýtať sám seba “Čo som už urobil? Čo viem robiť? Budú ľudia ochotní platiť za moje výrobky a služby? Mám potrebné schopnosti na rozvinutie tohto nápadu?”

Taktiež je dôležité udržiavať krok so súčasným dňom a byť pripravený využiť podnikateľské príležitosti. Udržiavanie kroku so súčasným dňom vám pomôže identifikovať trhové trendy, nové módne hity, priemyselné novinky – a niekedy iba nové nápady, ktoré majú podnikateľský potenciál.

Pozorovanie trhu je ďalším zdrojom generovania nápadov a môže viesť k vymysleniu nového výrobku, alebo služby. Kľúčom k tomu, aby ste našli podnikateľský nápad na nový výrobok, alebo službu je identifikácia potrieb trhu, ktoré nie sú naplnené. Opýtajte sa sám seba “Ako je možné zlepšiť danú situáciu?”. Pýtajte sa ľudí aké dodatočné služby by chceli obdržať. Zamerajte sa na určitý cieľový trh a „brainstorm“ podnikateľské nápady na služby, o ktoré by táto skupina ľudí mala záujem.

Ďalšia možnosť existuje v zmene existujúcich výrobkov, alebo služieb tým, že pridáte určitú hodnotu k existujúcemu výrobku, alebo zlepšíte existujúci výrobok, alebo službu. Môžete taktiež doplniť určitú službu, alebo skombinovať výrobok s iným výrobkom. Aké podnikateľské nápady by ste v tomto mysle vedeli vymyslieť? Zamerajte sa na to, aké výrobky viete nakúpiť a čo viete na nich, alebo s nimi urobiť, aby ste vytvorili výnosné podnikanie. Existuje veľmi málo výrobkov (alebo služieb), ktoré nie je možné zlepšiť. Začnite zhromažďovať podnikateľské nápady tým, že budete skúmať výrobky a služby, ktoré používate a použite metódu „brainstorming“, aby ste prišli na to, ako ich zlepšiť.

Ďalším zdrojom nápadov a návrhov môžu byť súčasní zákazníci. Môžete využiť formulár spätnej väzby zákazníkov s jednoduchými otázkami, týkajúcimi sa toho, že očakávajú od vášho výrobku/služby, aké ďalšie služby by chceli obdržať, atď. Zhromažďujte ich odpovede a diskutujte so svojimi partnermi a začnite skúmať, či niektorý z týchto nápadov by mohol byť obchodovateľným výrobkom / službou.

Všetci žijeme vo svete, kde je niekedy dôležitejšie identifikovať ten „správny“ problém, ako ho vyriešiť. Prírodné, ak sa objaví problém sme náchylní pýtať sa mnoho otázok, ktoré poskytnú ešte viac odpovedí. Výsledkom toho je, že pracujeme s množstvom nápadov a ľahko sa v tom môžeme stratiť, alebo odvrátiť od jadra problému.

Aby sme ostali na správnej ceste musíme teda tým, že sa budeme pýtať otázky systematickým a kontrolovaným spôsobom. Je k dispozícii niekoľko techník generovania nápadov, ktoré sa líšia stupňom ich vedeckej komplikovanosti. Táto kapitola sa ale zameriava na tie, ktoré sú najefektívnejšie v zmysle každodenného využívania v podniku. Bližšie sa pozrieme na techniky ako sú brainstorming, brain writing, mind mapping, Ishikawa diagram a TRIZ. Sú to najpopulárnejšie metódy, lebo sú jednoduché a efektívne a to nie len pri generovaní, ale aj organizovaní nápadov.