

Guide til bæredygtig innovation

Sådan kommer I i gang med bæredygtig innovation.

1. *Afklar forudsætningerne. I vil gerne arbejde med CSI, hvis:*
 - a. jeres forretningsidé kan være med til at afhjælpe et socialt eller miljømæssigt problem
 - b. ledelsen bakker op om at udvikle et produkt, der kan gøre en forskel – også selvom I kun er en lille virksomhed
 - c. ledelsen erkender, at produktudviklingsperioden kan tage tid
 - d. ledelsen er indstillet på at lytte til eksterne interessenters holdninger og forventninger.
2. *Vær opmærksom på faldgruber som:*
 - a. at ledelsen tror så meget på sine egne værdier, at den ikke forstår, at det er nødvendigt at lytte til eksterne interessenter
 - b. at ledelsen overvurderer forretningspotentialen i idéerne.
3. *Lad jer inspirere af omgivelserne. Husk på at:*
 - a. eksterne standarder og retningslinjer kan tjene som en drivkraft for innovationsprocessen
 - b. andre relevante kilder, f.eks. krav fra kunder, kan tjene som inspiration
 - c. optagethed af globale problemer kan være drivkraft til innovation, også i små og mellemstore virksomheder.
4. *Det skal I spørge jer selv om, når I udvikler idéer:*
 - a. Hjælper idéen til at nå de udvalgte sociale eller miljømæssige mål?
 - b. Hvordan er jeres idé sammenlignet med alternative muligheder, der allerede er indført eller er under udvikling?
 - c. Hvor stort kan markedspotentialen blive?
 - d. Hvor stor andel af markedet kan I med rimelighed forvente at dække?
 - e. Lav desuden et skøn på en forventet margen og break-even.

Sådan kan I skabe politisk vilje for jeres ydelser/produkter

1. Demonstrer uopfyldte sociale behov klart og forklar problemer/spørgsmål, der vedrører disse behov
2. Oprethold et politisk pres og skab en følelse af, at det er moralsk nødvendigt at løse problemet
3. Meld offentligt ud om de samfundsmæssige forbedringer, I ønsker at opnå:
 - a. Hvad er det centrale offentlige eller miljømæssige problem, I ønsker at løse?
 - b. Hvordan kan idéen udfoldes og bringes til markedet?
 - c. Hvordan kan fremtidige forbedringer måles eller vurderes?

Sådan lægger I en strategi

1. Fastlæg jeres strategiske styrker ud fra, hvad jeres kernekompetencer er, og sammenlign eventuelt med konkurrenterne:
 - a. Leverer I omkostningsreduktioner til kunden gennem produktet?
 - b. Leverer I et produkt, der kan differentieres fra konkurrenternes på egenskaber, kvalitet, design?
2. Markedsfør den sociale eller miljømæssige værdi, som produktet skaber:
 - a. Gør forbrugerne opmærksomme på et behov eller et problem, der kan afhjælpes ved at bruge jeres produkt
 - b. Brug eventuelt mærkningsordninger eller andre beviser for, at jeres produkt er bæredygtigt
 - c. Undgå plagiat ved at tage patenter og indgå licens-aftaler.

Sådan kommer I gennem designprocessen

1. Afklar, om I har de nødvendige kompetencer internt i virksomheden, eller om I skal indgå partnerskaber:
 - a. Gå i dialog med interessenter for at få kendskab til deres specifikke krav til design
 - b. Få ekstern ekspertviden fra eksempelvis universiteter.
2. Hvis I ikke har kompetencerne internt:
 - a. Find eksterne ikke-konkurrenter, der er i stand til at bidrage med viden, best practices og andre ressourcer.
 - b. Se på konkurrenter – hvad gør de, og hvordan lykkes de?

Sådan gennemfører I det ny-udviklede koncept

1. Opret en strategi til at håndtere forventninger. Placer eventuelt ansvaret for kommunikation hos en anden end den administrerende direktør, f.eks. hos en markedsføringsansvarlig
2. Mål de sociale og miljømæssige konsekvenser af jeres produkt. Sammenhold de opstillede mål med de faktiske mål.

Kilde: Inspireret af tjeklisterne i publikationen: CSR-DRIVEN INNOVATION – Towards the Social Purpose Business. <http://www.csrinnovation.dk/web/publications/>