

Podsumowanie drugiego spotkania w ramach projektu

Connect&ScaleUp – 7 listopada 2017 r.

I. Wprowadzenie

W dniu 7 listopada 2017 r. w Warszawie, w siedzibie Inkubatora InnVento, ul. Kasprzaka 25 (PGNiG), odbyło się **drugie śniadanie z cyklu spotkań Connect&ScaleUp**. Projekt ma na celu przybliżenie uczestnikom spotkań narzędzi i metod, które uprawdopodobniają sukces współpracy korporacja - startup oraz dają szansę na wymierne efekty w postaci wdrożeń oraz zmian kultury innowacyjnej dużych firm. Wskazane zostaną również bariery oraz najczęściej popełniane błędy na linii współpracy korporacja - startup, które uniemożliwiają osiągnięcie wzajemnych korzyści. W ramach projektu przewidziane są 3 formaty spotkań: sześć śniadań biznesowych, dwa spotkania typu Business Mixer oraz dwa spotkania typu Best Practices.

Cykl sześciu śniadań biznesowych, skierowanych do przedstawicieli działów innowacji oraz działów R&D w korporacjach, powstał w oparciu o wywiady i informacje zebrane od przedstawicieli korporacji, którzy określili najbardziej interesujące ich zagadnienia w obszarze współpracy ze startupami oraz w procesie pozyskiwania innowacyjnych rozwiązań.

Celem spotkań jest wskazanie najefektywniejszych narzędzi i modeli współpracy, dzięki którym korporacje mogłyby realizować strategię wprowadzania innowacji we współpracy z mniejszymi podmiotami, w szczególności startupami.

Głównym założeniem merytorycznym spotkań jest zaproszenie jako ekspertów przedstawicieli tych korporacji, które mają już za sobą doświadczenia w obszarze współpracy ze startupami oraz we wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań w swoich strukturach, tak aby mogli podzielić się swoją wiedzą z przedstawicielami korporacji, którzy są dopiero na początku drogi w budowie strategii wprowadzania innowacji.

Spotkania odbywają się **w formule śniadań**, w czasie których eksperci przedstawiają swoje doświadczenia. Formuła pozwala uczestnikom na swobodną wymianę poglądów i opinii.

Tematem przewodnim drugiego śniadania było pytanie: **Open Innovation – efektywne i skuteczne procesy wdrażania innowacji**.

Śniadanie moderowane było przez przedstawiciela Wykonawcy, Katarzynę Wszolę, Head of R&D Club, a udział w nim jako eksperci wzięli:

- Maciej Traczyk, Strategy and Innovation Director - Europe, LSC Communications
- Piotr Kozłowski, Senior Solutions Manager, Orange Polska
- Tomasz Kowalczyk, General Partner, Growth & Innovation Designer, Hardgamma Ventures

Taki dobór ekspertów oraz tematów, które prezentowali, pozwolił przekrojowo pokazać doświadczenia związane ze strategią poszukiwania innowacji poza działami R&D wewnątrz korporacji i dużych przedsiębiorstw. Uczestnicy mieli niepowtarzalną okazję spojrzeć na temat zastosowania modelu Open Innovation z nowej perspektywy oraz zadać pytania praktykom, którzy na co dzień koordynują procesy wdrażania innowacji w korporacjach lub są przedstawicielami podmiotów, które pomagają korporacjom w tych procesach.

II. Wyniki i podsumowanie drugiego spotkania

W drugim Śniadaniu w ramach projektu Connect&ScaleUp wzięło udział **ponad 30 uczestników**, przedstawiciele działów innowacji między innymi korporacji takich jak:

McDonald's Polska, PGNiG, PPPT S.A., BTM Innovations, Budimex S.A., CitiHandlowy, The Heart, SwingDevelopment, PKP S.A., QVISTORP, Energa czy Orange.

Stanowi to reprezentatywny dobór podmiotów zaangażowanych w proces wdrażania innowacji w korporacjach.

Uczestnicy mogli zapoznać się z doświadczeniami praktyków, którzy omówili zasady działania Open Innovation oraz korzyści płynące z zastosowania go wewnątrz korporacji.

Spotkanie zostało otworzone przez Pana Łukasza Kroplewskiego, Wiceprezesa Zarządu ds. Rozwoju PGNiG, który powitał uczestników śniadania w InnVento oraz opisał na czym inkubator opiera swoją działalność, a także podkreślił czemu rozwój innowacji w dużych korporacjach, takich jak PGNiG, jest ważnym elementem rozwoju każdego dużego przedsiębiorstwa.

Następnie gości przywitała Dyrektorka Departamentu Analiz i Strategii w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Paulina Zadura-Lichota. Pani Dyrektorka przedstawiła założenia projektu Connect&ScaleUp oraz podkreśliła istotność poszukiwania innowacji w dużych korporacjach opierając swoją wypowiedź na wynikach uzyskanych w raporcie stworzonym przez PARP – Global Entrepreneurship Monitor.

Maciej Traczyk, Strategy and Innovation Director - Europe, LSC Communications, przedstawił swoisty „dekalog” zasad przy prowadzeniu modelu Open Innovation w korporacji. Dodatkowo zaprezentował przykłady udanej i nieudanej współpracy w relacji korporacja-startup. Przedstawił również przykłady działań jakie warto zastosować by zachęcić do siebie startupy, zamiast je odstraszać.

Wnioski z prezentacji oraz dyskusji:

- Korporacja i startup to dwa oddzielne systemy, nie można ich ze sobą połączyć, można jedynie wypracować model współpracy; startupy i korporacje z zasady przedstawiają inne kultury i sposoby pracy, zarówno na tle zarządzania, administracji czy formalności.
- Nie istnieje jeden „idealny” model współpracy korporacja-startup, każda korporacja i każdy startup różnią się od siebie, dlatego przy nawiązywaniu każdej nowej współpracy należy pamiętać o poznaniu startupu, z którym planuje się nawiązać współpracę oraz o wprowadzeniu dla niego specjalnego modelu współpracy.

- Aby rozpocząć poszukiwanie mniejszego podmiotu, który może wspomóc korporację w tworzeniu innowacji, korporacja musi najpierw sama określić swoje potrzeby w tej dziedzinie – jakich rozwiązań i w jakim celu potrzebują.
- Korporacje muszą pamiętać aby nie odstraszyć niedoświadczonych w świecie dużych przedsiębiorstw przedstawicieli startupów zbyt dużą ilością dokumentów, formalności i ścieżek administracji.
- Korporacje powinny wyznaczyć startupom opiekunów, którzy prowadziliby te startupy przez cały proces współpracy z korporacją; tłumaczyliby zasady współpracy oraz przedstawiali kulturę korporacji, dbaliby aby wszystko dla przedstawicieli startupów było jasne i zrozumiałe.
- Rynek zaczyna się zmieniać z rynku korporacji na rynek startupów, to korporacje muszą się starać o zachęcenie startupów do siebie, a nie odwrotnie.
- Nowe projekty innowacyjne powinny być testowane szybko i szybko kończone, jeśli nie mogą w danym momencie zostać zrealizowane, by w jak najszybszym czasie rozważyć jak najwięcej możliwych rozwiązań, jednocześnie pozostawiając im możliwość powrotu w przyszłości.

Piotr Kozłowski, Senior Solutions Manager, Orange Polska, omówił przykład skutecznej współpracy korporacji ze startupem oraz efekty wdrożenia rozwiązania zaprojektowanego przez startup w korporacji w oparciu o projekt Smart Lights realizowany we współpracy ze startupami Quntron, BioSolutions oraz JT Weston.

Wnioski z prezentacji oraz dyskusji:

- Korporacje i startupy nie powinny ze sobą konkurować i walczyć o klienta na rynku, powinny się skupić na współpracy i w ten sposób wzmacniać wzajemnie swoje pozycje.
- Przy nawiązywaniu współpracy ze startupem nie można skupiać się jedynie na rozwiązaniu technologicznym i wdrażaniu innowacji samej w sobie, należy pamiętać przede wszystkim o kliencie, dla którego końcowy produkt jest tworzony.
- Przed rozpoczęciem poszukiwania mniejszych podmiotów, które pomogą korporacji we wdrażaniu innowacji, korporacja najpierw musi określić swoją strategię i założenia danego projektu, by móc zaproponować startupom konkretne potrzeby i działania.
- Zastosowanie modelu Open Innovation pozwala skrócić czas realizacji założonego projektu; korporacja zamiast zakładać nowy dział i wytwarzać nową technologię od początku, może skorzystać z wiedzy i technologii startupu, który dane rozwiązanie może mieć już gotowe.
- Korporacje zamiast tracić czas i zasoby na przejmowanie technologii innych podmiotów lub tworzenie własnych może zyskać na czasie i oszczędzić wypracowując wspólnie daną innowację razem ze startupem.

Tomasz Kowalczyk, General Partner, Growth & Innovation Designer, Hardgamma Ventures, przedstawił uczestnikom śniadania jak wspólnie budować ekosystem innowacji korporacyjnych na przykładzie programu GammaRebels powered by Poczta Polska, którego celem było połączenie potencjału początkujących, kreatywnych przedsiębiorców z infrastrukturą, doświadczeniem oraz zasobami Poczty Polskiej.

Wnioski z prezentacji oraz dyskusji:

- Świat korporacji, startupów i biznesu różni się od siebie, należy każdy z nich zrozumieć oddzielnie i wypracować taki model współpracy, zarówno między korporacją i startupem jak i między nimi a akceleratorem, aby była to współpraca na osi win-win.
- Korporacja przy wdrażaniu modelu Open Innovation powinna skupiać się na innowacji samej w sobie, tzn. zarówno na innowacjach technologicznych jak i na innowacyjnych pomysłach wykorzystania już stosowanych technologii, zamiast na wynalazczości samej w sobie.
- To ludzie są główną osią innowacji, dlatego korporacja powinna dołożyć wszelkich starań aby dbać o przedstawicieli startupów podczas trwania całego projektu realizacji innowacji – poprzez organizowane prace warsztatowe, budowanie sieci kontaktów, wsparcie mentorskie i merytoryczne oraz angażowanie podmiotów zewnętrznych.
- Korporacje powinny kontrolować pracę startupów i ograniczyć wszystkie zadania, które nie budują wartości biznesowej; powinny pomagać poprzez mentoring dla startupów, które zwykle wykazują się mniejszą organizacją wewnętrzną.
- Korporacja powinna nauczyć startupy funkcjonowania w ich codziennym środowisku biznesowym, bez dokładnego zrozumienia działalności danej korporacji, w tzw. „warunkach cieplarnianych” startup nie będzie w stanie dostosować swojego rozwiązania do potrzeb danego dużego przedsiębiorstwa.

III. Wnioski z ankiet

- Dla zdecydowanej większości osób (68%) głównym motywem do udziału w spotkaniu była tematyka spotkania, na drugim miejscu uczestnicy wskazali networking (32%), a na trzecim ekspertów (18%).
- Większość uczestników (77%) przyznała, że dzięki spotkaniu pozyskała wiedzę na temat korzyści wynikających ze współpracy ze startupami, a także przykłady dobrych praktyk/narzędzi, które ułatwiają współpracę ze startupami.
- Poszczególne elementy spotkania (tematyka, przydatność prezentowanych zagadnień, możliwości networkingowe, czas trwania spotkania, ogólna organizacja spotkania) uzyskały pozytywne oceny od uczestników (w każdym przypadku średnia ocen wynosiła ponad 4 na najwyższą ocenę 5).
- Jako najbardziej przydatna część spotkania zostały ocenione wykłady eksperckie (42%) choć przykłady dobrych praktyk również uzyskały wysoki wynik (33%).

IV. Rekomendacje na przyszłe spotkania

W trakcie drugiego etapu Projektu zidentyfikowano następujące rekomendacje:

- Rozbudować sieć ekspertów by również stali się czynnikiem zachęcającym uczestników do brania udziału w spotkaniach, jako, że wykłady eksperckie zostały ocenione jako najbardziej przydatne elementy spotkania (42%).
- Poprawić możliwości networkingowe, np poprzez wprowadzenie gier lub grup integracyjnych, ponieważ ten element spotkania uzyskał najniższe oceny (4,19/5), a także niski wynik w ocenie przydatności po spotkaniu (15%), mimo, że ponad 30% oceniło ten aspekt jako główny motywator uczestnictwa w spotkaniu.
- Opisywane przykłady dobrych praktyk mogłyby być bardziej szczegółowe oraz skupiające się na procesie zamiast na rozwiązaniu.
- Uczestnicy zasugerowali aby w skład wystąpień wchodziło więcej prezentacji studiów przypadku oraz doświadczeń ze strony startupów – jak współpraca z korporacją wygląda z ich punktu widzenia.
- Wśród tematów przyszłych spotkań, proponowanych przez uczestników spotkania, najczęściej pojawiła się tematyka tego jak komunikować pracownikom, że innowacje są ważne dla rozwoju firmy i jak budować kulturę innowacji w firmie.

Następnym krokiem jest realizacja trzeciego śniadania, którego tematem będzie **Budowanie kultury innowacyjności w firmie** oraz rozwinięcie najważniejszych wniosków i tematów ze wszystkich 6 śniadań w czasie spotkań organizowanych w formule Business Mixer oraz Best Practice.