

Tutkimuksen ja kehityksen hankintamalli on tärkeä kilpailutekijä

Digitalisaation kiihtyvä vauhti ja sen yritykset aiempaa läpileikkaavampi syvyys, haastaa yritykset vahvasti niin oman liiketoimintamallin kuin uusien digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kehittämisen suhteen. Tutkimuksen ja kehityksen hankinta ja kehittäminen luottotoimittajien kanssa on vaihtoehto, jota yhä useammat yritykset käyttävät vastatakseen uusiin haasteisiin.

Globalisaation ja digitalisoinnin kaltaiset tekijät yhdistettyinä yksilöiden käyttäytymisessä ja kulutusmalleissa tapahtuneisiin uusiin käyttäytymisiin – ja työmallien muutoksiin pakottavat yritykset pohtimaan ja muuttamaan vakiintuneita liiketoimintamallejaan. Uuteen digitaaliseen todellisuuteen valmistautuminen ja vastaaminen vaatii sitä. Tulevaisuudessa menestyminen vaatii avointa mieltä, uusia kehittyneitä verkostoja ja hankintamalleja.

– Menestys rakentuu useasti kahden ominaisuuden kombinaatiosta, nimittäin lahjakkuuden ja kokemuksen. Yhden ominaisuuden hallitseminen on hieno juttu, mutta menestykseen yleensä tarvitaan molempia, Markus Ekman sanoo.

Ekman on eräs pääpuhujista Helsingissä järjestettävässä ”[600 Minutes of Innovation and Product Development](#)” -konferenssissa, joka kokoaa merkittävän joukon teollisuuden johtajia Innovaatio-teeman ympärille. Markus Ekmanilla on vankka n. 20 –vuoden C – level -kokemus teollisesta tuotekehityksestä ja tuotehallinnasta erityisesti IT:n näkökulmasta, ja hän on tänään tilaisuudessa mukana IT-yritys Nagarro Softwaren Executive Advisor -roolissa.



Hänen lahjakkuus- ja kokemuskäsitteitä koskevat ajatuksensa muodostavat myös argumentin tutkimuksen ja kehityksen hankkimisen ja toimittajayhteistyön välttämättömyydelle.

– Loistava idea vaatii muuntuakseen ns todelliseksi tuotteeksi tai palveluksi myös aktiivista fiksumen johtamista, ja monesti asioiden viemiseksi ammattitaidolla eteenpäin - vankka kokemus tulee ajankohtaiseksi tai jopa välttämättömäksi asiaksi.

Vastausta vaativat myös perustavaa laatua olevat kysymykset, kuten mistä voidaan löytää ja saada käyttöön tarvittavaa lahjakkuutta, kokemusta ja resursseja. Tai miten käytännössä kehitetään uusia voittavia konsepteja, saadaan niille riittävästi investointeja ja kyetään varmistamaan uusien palvelujen asiakaskanta.

– Yritysten on myös kyettävä vastaamaan kysymyksiin siitä, että ovatko kaikki uudet kustannukset ja mahdollisesti syntyvä lisätyö liiketaloudellisesti perusteltavissa.

Kun yritys on kehittänyt kattavan toimintasuunnitelman tai roadmapin, jossa avataan sen keskeiset business ja innovointi –mahdollisuudet, niin sen on tärkeää myös määritellä konkreettiset askeleet eteenpäin. Yrityksen on hyvä tehdä asiakkaiden kanssa yhteistyötä saumattomasti ja tuloksekkaasti hyväksikäyttäen mm. nopeampoisia prototyypppejä (Rapid prototypes).

– Yrityksen on oltava tietoinen siitä, että nopeampoisien protojen teko on asiakkaiden kanssa yhdessä tapahtuva iteratiivinen prosessi, joka vaatii tiivistä kommunikaatiota ja toistoja.

Kehitystoiminta tapahtuukin yleensä parhaiten yhteistoiminnassa ulkoisen toimittajan kanssa, ja Nagarro Softwarella on vankka kokemus tutkimuksen ja kehittämisen tukemisesta ja yhdessätekemisestä (Cocreation) toimittajana.