

# **Congratulations. You have one million brains at your disposal!!!**

En artikel om de muligheder IT kan give vores innovative processer

**Stud. Mag. Rasmus Masautsiaq Petrussen**

Lærings og Forandrings Processer, Innovativ pædagogik  
Institut for Uddannelse, Læring og Filosofi  
Aalborg Universitet

## **Abstract**

Denne artikel omhandler tre forskellige innovationsstrategier defineret af Kjell Skogen og Jorun Buli Holmberg, og hvordan en dansk virksomhed har formået at samle to af disse strategier på en kreativ måde, til glæde for alle der arbejder med innovationsprocesser. Artiklen fungerer desuden som supplement til min rapport der omhandler entreprenører i København, da den inddrager et IKT-element. De tre innovationsstrategier fungerer som grundlag for forståelse for IKT-elementet.

## **En juvel i webjunglen**

Jeg har siden 2005 interesseret mig for iværksætteri og entrepreneurskab. Formålet med denne artikel er at give interesserede et overblik over tre innovationsstrategier. Samtidig har jeg i forbindelse med min 8. semesters opgave i pædagogik og pædagogisk innovation, forsøgt at tænke IKT ind i min opgave. I min søgen efter inspiration fandt jeg et vidensdelingsværktøj, der skilte sig ud fra andre systemer jeg havde kendskab til. Der var en større dybde og tanke bag dette værktøj, og jeg fandt det så inspirerende at jeg ville dedikere denne artiklen til denne juvel jeg fandt i webjunglen af hjemmesider.

## **Tre innovationsstrategier**

Vi er som studerende i dag omringet af krav om innovation, kreativitet og entrepreneurskab. Regeringen ønsker at 20 % af alle studerende igennem deres studietid skal stifte bekendtskab med entrepreneurskab. Derfor kan det være relevant os som studerende at kende til nogle af de begreber der eksisterer. Ideen med at præsentere tre innovationsstrategier i denne artikel er for at give et teoretisk dimension til IT værktøjet. I 2002 definerede Kjell Skogen og Jorun Buli Holmberg tre innovationsstrategier i deres bog "Elevtilpasset oplæring – En innovationsstilnærming". Disse tre innovationsstrategier er:

- R-D-D strategien (Research-Development-Diffusion)
- P-S strategien (Problem-Solving)
- S-I strategien (Social-Interaction)

For den første strategi gælder en mere klassisk tilgang til innovationsstrategier. Den bygger på en fremgang hvor man benytter sig af grundforskning og anvendt forskning, inden man udvikler en prototyper. Når prototyper er testet sættes masseproduktionen i gang, og man spreder produktet ud på markedet. R-D-D strategien forudsætter ofte langtidsplanlægning, og egner

sig ikke til dynamiske markeder. Medicinalindustrien er en industri der typisk arbejder ud fra denne strategi.

P-S strategien tager udgangspunkt i en problemstilling. Dette indebærer at der skal være et følt behov. Dette behov defineres af brugeren, hvilket indebærer et kendskab til markedet. Dette står i skarp kontrast til R-D-D strategien hvor det er drevet af forskning og teknologi. Behovet skal defineres nærmere til en problemdiagnose. Dette er anden fase. Tredje fase i P-S strategien er at lede efter erfaringer, ideer og viden indenfor feltet. Fase fire omhandler at designe et løsningsforslag. Denne fase skal løse fase 2 problemdiagnose. Sidste fase er anvendelse af løsningsforslaget.

S-I strategien forudsætter at man udnytter de netværk man er en del af. Det mest essentielle i denne sociale interaktionsstrategi er ens placering i netværket. Aktørerne i netværket bliver på den måde yderste relevante. Det bliver samtidig også en sværere proces at styre, da uformelle relationer og uformel status har en stor indflydelse på en innovationsproces. S-I strategien bygger på aktørernes rolle i netværket og de evner de har. Innovationen vil komme fra aktører i netværket, med en ide der skiller sig ud. Derefter vil der være medløbere og til efternølere, der tager ideen til sig. Modsat de to første strategier, er denne strategi diffus og kaotisk.

## En million hjerner

I det tidligere kapitel nævnes tre forskellige strategier som man kan benytte til at innovere. En virksomhed der beskæftiger sig med innovationsprocesser og som har benyttet sig af de teknologiske muligheder vores moderne verden tilbyder, er millionbrains.com. Millionbrains.com kombinerer på flotteste vis de to sidste strategier. Millionbrains.com arbejder både ud fra en problemløsende tilgang til innovation, og en social interaktionsbaseret tilgang. Baseret på en internetplatform til videndeling, tilbyder millionbrains.com dens brugere adgang til hinandens viden og erfaringer. De har formaliseret en proces for innovation, jeg synes er ganske unik. Figur 1 illustrerer denne proces



Figur 1 - Ideen bag millionbrains.com

Konceptet bag millionbrains er at man pitcher sin ide eller problemstilling inde på deres hjemmeside. Dernæst skal de andre brugere inde på siden gribe ideen, eller kommentere den. Med en bred brugergruppe skal man lokalisere de brugere der deler visionen og kommer med feedback på ideen. Dernæst skal en større vidensudveksling i gang, hvor brugerne kommer med ideer og perspektiver på ideen. Af alle de forslag der kommer, handler det om at fokusere på de ideer der kan hjælpe med at få ideen konkretiseret. Dernæst tager man den viden man har erfaret og bygget på i fælleskab og udnytter det til at skabe et bedre produkt eller ydelse.

Denne proces karakteriseres som en open innovation strategi. Flere virksomheder er begyndt at benytte denne strategi som kombinerer de to sidste strategier, formuleret af Kjell Skogen og Jorun Buli Holmberg. En af de største leverandører af dagligvarer Procter & Gamble har formået at benytte open innovation som deres innovationsstrategi, med stor succes

### **Print på chips**

Den ovenstående proces er forsimplet i forhold til den realitet de arbejder med. Et eksempel på hvordan denne strategi har fungeret, er en case med snack og chipsfabrikanten Pringles. Pringles havde en ide om at der kunne være potentiale i at printe på fladerne af deres Chips. Fremfor at gå i gang med at bruge mange penge på forskning omkring print på fødevarer, pitched de ideen ud til en større community. Denne community havde et generelt bredt kendskab, og efter en proces med mange løsningsforslag og nye ideer, kom gennembruddet. En aktør i Italien kendte til en bager der havde udviklet en teknik til at printe på hans brød. Pringles, med base i USA, tog kontakt til denne bager Italien. De erfarede at hans teknik kunne bruges, og indgik en aftale med ham. I stedet for en lang og dyr innovationsproces, med mange timers forskning, udnyttede Pringles at teknologien allerede eksisterede, og omkostningerne begrænsede sig til aftalen med bageren.

### **At udnytte teknologien**

Millionbrains tilføring til open innovation, er deres udnyttelse af IT. Når man pitcher en ide inde på millionbrains.com, hæfter man en række tags på sin ide. Dette kunne eksempelvis være hæftning på materiale. Andre aktører med ekspertise indenfor hæftning på materiale, men dog fra en anden branche, kan komme med input der muligvis kan benyttes. Dermed bliver IT værktøjet et aktivt led i en innovationsproces. Det kan sætte mennesker i stand til at komme i kontakt med hinanden, som normalt ikke vil have overvejet at de havde en fælles problemstilling. Denne proces gør den sociale interaktionsstrategi mulig på et virtuelt niveau

### **Konklusion**

Millionbrains.com er et forsøg på at skabe rammerne til open innovation, men som med så mange IT systemer, er det brugerne der er den største udfordring for at få det til at fungere. Men systemet virker til at have en ekstra dimension i forhold til andre videndelingsværktøjer. Det kan aktivt gå ind, og sætte mennesker i forbindelse med hinanden som man normalt ikke ville finde. Tankegangen bag Millionbrains.com er at den forbinder mennesker. I et projektforsløb, kan Millionbrains.com være særdeles nyttig i opstartsfasen, hvor man ønsker en masse inspiration.

Skogen, K og Holmberg, J.B. (2002): *Innovasjonsperspektivet i elevtilpasset opplæring*. Universitetsforlaget. Oslo

[www.millionbrains.com](http://www.millionbrains.com)