

İnovasyon stratejiniz hazır mı?



Hakan Erten
İnovasyon Lideri
Deloitte Türkiye

ürünü küçük bir dokunuşla yenileyebileceğine inanıyor. Ancak, inovasyonu sadece teknolojiden ibaret olarak düşünmek ve bu tür kısa vadeli çözümlerle sonuca ulaşmaya çalışmak, şirketlere yarardan çok zarar getiriyor. Oysaki uzun vadeli bir vizyonla oluşturulan "inovasyon stratejisi" sadece yenilikçi uygulamaları hayata geçirmekle kalmıyor, aynı zamanda şirketlere sürdürülebilir performans ve rekabet avantajını da birlikte getiriyor.

İnovasyon dendiğinde akla hemen dijitalleşme, robotlaşma, makineleşme geliyor çoğu zaman. Şirketler bazen kısa yoldan sonuca ulaşmak için hızlı bir makine yatırımının yeterli olabileceğini düşünüyor. Ya da, hâlihazırda yapmakta oldukları

ve enerjisini kaybeden oldukça geniş bir kitle dikkatimi çekiyor.

İnovasyon çalışmalarına başlamadan evvel, iyi planlanmış ve kurumun uzun vadeli menfaatleriyle uyumlu bir inovasyon stratejisini belirleyecek, çok yönlü vizyonu ve geniş perspektifiyle kurum genelinde inovasyon eforunu koordine edecek, altındaki ekibe rol model olacak, müşterilerle yakın temas halinde olacak hayal gücü ve yaratıcılık kadar diğer liderlik vasıflarına da sahip, güçlü bir inovasyon liderinin belirlenmesi kritik rol oynayacaktır. Liderin altında kurulacak multi-disipliner yapıda bir inovasyon komitesi, sürecin firma geneline daha hızlı yayılmasını destekleyecektir. Şirket genelinde başlayacak olan inovasyon sürecinin esas ateşleyicisi ise şüphesiz şirketin kendi çalışanları olacaktır. Bu noktada, çalışanları harekete geçirmek, yöneticilerin düşünce yapısını değiştirmek için etkili bir iletişime ve değişim yönetimine ihtiyaç vardır. Liderin seçimi, ekibin oluşturulması ve iletişim sürecinin planlaması için profesyonellerden yardım almak

İnovasyon "yıkıcı" olmalıdır ve "yıkıcı" fikirler, aslında kurumun kendisine karşı ortaya konan bir tehdittir. Bu tehdidi bir fırsat olarak gören yöneticiler, bu dönüşümden başarıyla çıkacak olanlardır.

Sağlıklı bir inovasyon stratejisi oluşturabilmek şüphesiz pek çok CEO'nun gündeminde olan bir konu. Temas kurduğum şirket sahipleri ve üst düzey yöneticilerle yaptığımız değerlendirmelerde özellikle son yıllarda ülkemizde de inovasyona verilen önemin giderek arttığına şahit oluyorum. Katıldığım seminer ve panellerde, gerek özel şirketlerin gerekse kamu temsilcilerinin, inovasyona ayrı bir önem verdiğini gözlemleyebiliyorum. Katılımcıların bu konulara yaklaşımı, kahve aralarında yaptığımız sohbetlerde daha da net ortaya çıkıyor. Aslında ben bunu ülke çapında bir uyanışın ve farkındalığın bir işareti olarak görüyorum. Ancak, çoğu kurumda inovasyonun kapsamı halen net olarak ortaya konmamış olduğu için de biraz odaklanma problemi olduğunu düşünüyorum. İnovasyon yelpazesinin her alanına saldırmaya çalışan, ancak her tarafa yetişmeye çalışırken, odağını

önemlidir. Her şirketin kendi dinamiklerine göre oluşturulacak inovasyon stratejisinde, şirketin sadece kendi kaynaklarıyla inovasyona yönelmesi, programın derinleşmesine ve seçeneklerin zenginleşmesine engel teşkil edebilir.

İnovasyon "yıkıcı" olmalıdır ve "yıkıcı" fikirler, aslında kurumun kendisine karşı ortaya konan bir tehdittir. Bu tehdidi bir fırsat olarak gören yöneticiler, bu dönüşümden başarıyla çıkacak olanlardır. Onlar "yıkıcı" fikirlere destek olur, böylece rakiplerden gelecek olan bir tehdidi, çok daha önceden kendi içinde tespit eder ve hayata geçirerek, bu tehdidi rakiplerine karşı kullanır. Doğru oluşturulmuş bir inovasyon stratejisi işte bunu sağlar. Bu yüzden farklı bakış açılarına sahip çalışanlar ve onların bu fikirlerini rahatça gündeme getirebilecekleri

ortamlar sağlanmalıdır. Bu noktada İnsan Kaynakları'na ve yetenek yönetim birimlerine büyük iş düşer. İnovasyona ilişkin yönetim iradesinin nasıl yapılacağı, kurumsal yapı içerisindeki yerini, değişim yönetiminin nasıl yapılacağı, şirket içi yaratıcı fikirlerin rahatça gündeme gelmesini sağlayacak ortamların oluşturulması ve şirket içinde motivasyonu arttırıcı faaliyetler çoğu zaman inovasyonu tetikleyen unsurlardır. Bu tür iç süreçler, çoğu zaman yeterince önemsenmez ve bunun sonucunda maalesef yeni fikirlerin daha işin başındayken kaybedilmesi gibi etkisi hiçbir zaman ölçülemeyecek zararlar ortaya çıkar.

Yazımın başında inovasyonun sadece teknolojiden ibaret olduğu yanılığından bahsetmişim. Hiç şüphe yoktur ki, inovasyon bir noktada teknolojiyi gerektirebilir. Ancak sürdürülebilir bir inovasyon performansı için sıra teknolojiye gelene kadar, stratejik bir plan oluşturacak mekanizmaların kurulduğundan emin olmak gerekir. Tüm okuyucularıma İnovasyon dolu bir ay dilerim.

**Bu makale Turcomoney Dergisi Kasım 2016 sayısında yayınlanmıştır.*