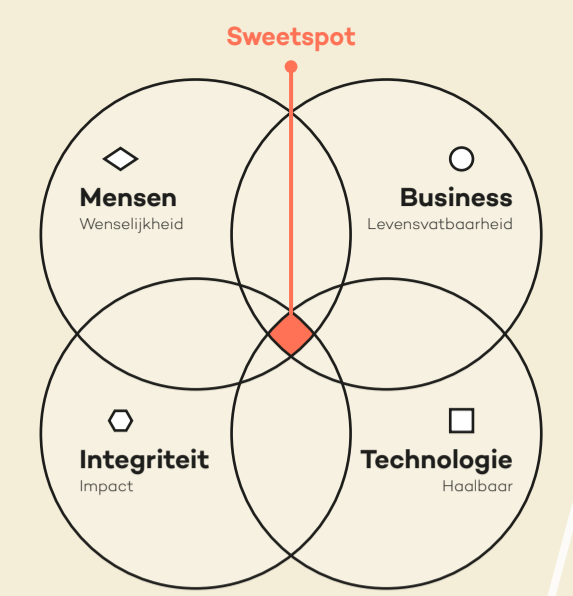


Innovatie roadmap

Deze Innovatie roadmap geeft alle stappen weer die Garage2020 inzet om van een complex probleem te komen tot een innovatie die op grote schaal wordt gebruikt en afgenomen. De roadmap helpt je om het proces zo goed mogelijk in te richten en te bepalen wanneer je moet stoppen met een traject of klaar bent voor de volgende stap.

Innovatiecriteria

Om grip te krijgen op of je een succesvolle innovatie aan het ontwikkelen bent, ben je tijdens het innovatietraject continu op zoek naar inzicht in deze 4 criteria. Tijdens de Go / No go momenten evalueer je de uitkomsten van elke stap op basis van deze criteria d.m.v. vragen. De waarden in de vragen zijn relatief (voldoende, beperkt, etc.) en hangen sterk af van de probleemstelling en oplossing. Bepaal voor je de stap begint wat je doel is én herhaal ook de vragen van de vorige stap(pen).



Fases

Ontwerpfase

Implementatie fase

Stappen

Probleemverkenning

Conceptontwikkeling

Innovatieontwikkeling

Innovatieopscaling

Haalbaarheidscheck

In de haalbaarheidscheck verplaatst de focus van het aansluiten van de oplossing bij de gebruiker naar het aansluiten van de oplossing bij de **markt**; afnemers die gaan betalen voor de innovatie (product-market fit). Het doel is om zoveel mogelijk **risico's** en **randvoorwaarden** in kaart te brengen. Zo kun je een goede inschatting maken of en hoe er een **vervolg** gegeven moet worden aan de ontwikkeling van de innovatie.

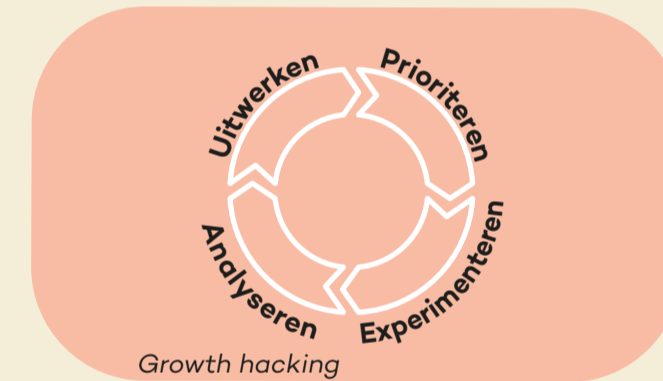
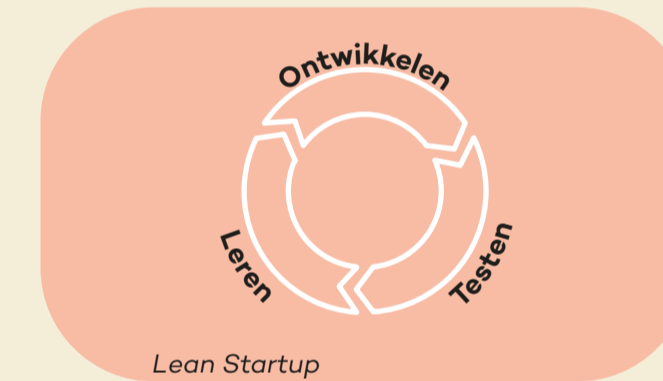
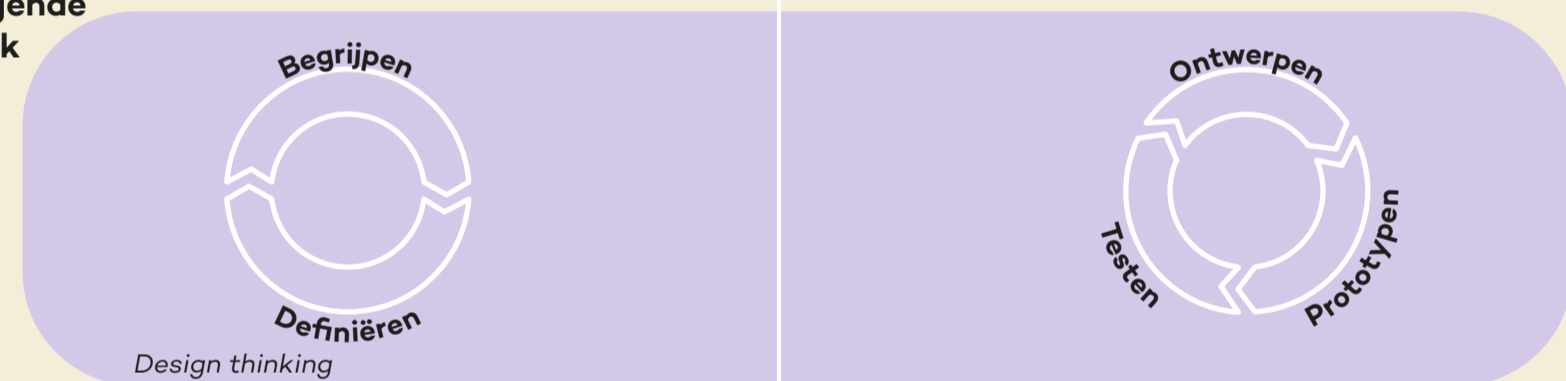
De probleemverkenning heeft als doel om de vraag achter het probleem te begrijpen door samen met de **doelgroep(en)** en omgeving te verkennen wat hun **behoeftes** en **uitdagingen** zijn. De vertaalde inzichten worden **gevisualiseerd** en gebruikt om de probleemstelling en bijbehorende ontwerpdoel te herdefiniëren. Op basis hiervan kan een innovatief concept ontwikkeld worden.

Tijdens de conceptontwikkeling worden samen met de doelgroep(en) en experts zoveel mogelijk **ideeën** bedacht om de ontwerpdoel uit de vorige stap te bereiken. Het doel is om te komen tot één **innovatieve oplossing** die kan worden uitgewerkt in een **prototype** en getoetst bij gebruikers. Deze stappen worden meerdere malen herhaald tot er een uitgewerkte oplossing ligt die aansluit bij de doelgroep(en) (problem-solution fit).

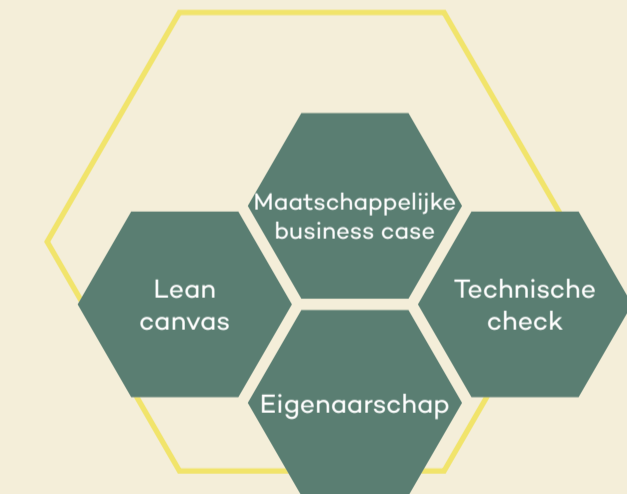
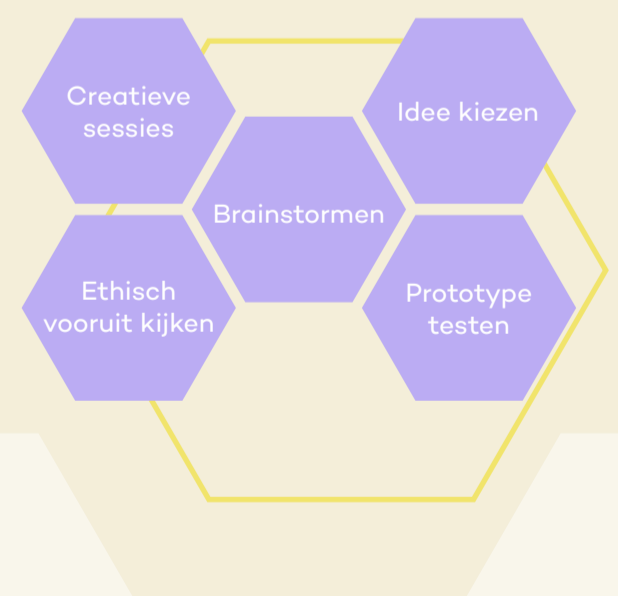
De oplossing wordt tijdens de innovatie-ontwikkeling uitgewerkt tot een product of dienst die **zelfstandig** (zonder simulatie) kan worden gebruikt door gebruikers en ingekocht door afnemers. Het product of de dienst zal alleen de essentiële functionaliteiten bezitten (Minimal Viable Product), daarmee wordt de kern van de innovatie getoetst op verschillende plekken in de **praktijk** (pilot). Zo weet je snel of de innovatie het beoogde **effect** bereikt en een investering waard is.

De innovatie heeft genoeg potentie om op te schalen. Tijdens deze stap wordt de innovatie voorbereid voor grootschalig gebruik en **groei**. Denk aan **doorontwikkeling** van de innovatie, marketing, **onderhoud**, maar ook het **werven** van nieuwe afnemers voor implementatie. Deze stap vraagt andere expertise, waardoor het team vaak verandert. Daarnaast wordt er in deze stap besloten of er een zelfstandige onderneming opgericht gaat worden.

Onderliggende methodiek



Concrete tools



Go/No Go

Go/No Go

Go/No Go

Go/No Go

- Voorkomen, vervangen of verkorten we met dit vraagstuk de jeugdzorg?
- Kunnen we voldoende impact maken door deze probleemstelling op te lossen?
- ◇ Heb je voldoende mensen uit een duidelijk afgebakende doelgroep(en) gesproken om je ontwerpdoel te onderbouwen?

- Beantwoordt de oplossing het (mogelijk aangescherpte) ontwerpdoel?
- ◇ Sluit de oplossing aan op de behoeftes en leefwereld van de doelgroep?
- ◇ Willen er voldoende mensen uit de doelgroep(en) de oplossing gebruiken?
- Is de oplossing innovatief en zijn er weinig tot geen succesvolle alternatieven?

- Is het (technisch) haalbaar om de innovatie in de volgende stap in de praktijk te testen?
- Blijft het (financieel) risico om met de innovatie te ontwikkelen beperkt en is er een (tijds)plan gemaakt om het risico te beperken?
- Zijn alle partijen die een rol kunnen spelen in de ontwikkeling van de innovatie betrokken?
- Is de benodigde expertise in het team voor opscaling aanwezig?

- ◇ Gebruiken er voldoende* mensen uit de doelgroep(en) de innovatie (en willen zij deze ook blijven gebruiken)?
- Bereikt de innovatie het beoogde effect?
- Willen er voldoende* afnemers de beoogde prijs voor de innovatie betalen?
- Is het (technisch) haalbaar om de MVP voor grootschalig gebruik door te ontwikkelen?
- Sluit je innovatie (nog steeds) aan bij de ontwikkelingen en trends in de maatschappij en markt?

Wat levert het op?

Wat levert het op?

Wat levert het op?

Wat levert het op?

Wat levert het op?

- Een onderbouwde probleemstelling & ontwerpdoel
- Een visueel overzicht van alle kansen en uitdagingen
- Vertrouwen in het ontwerpdoel bij doelgroep en experts

- Een uitgewerkte oplossing ontworpen met en getoetst bij doelgroep en experts
- Eigenaarschap over de oplossing bij de doelgroep en experts

- Een overzicht van randvoorwaarden en (financiële) risico's
- Een onderbouwde go / no go moment (maatschappelijke business case, business plan)
- Een blik op de toekomst (innovatie roadmap, duidelijkheid rol Garage2020)

- Een Minimale Versie van het Product of de dienst (MVP)
- Een innovatie die op meerdere plekken in de praktijk is getest
- Een eerste inzicht in de impact en levensvatbaarheid van de innovatie op/in de maatschappij

- Een innovatie (of onderneming) die op grote schaal kan worden gebruikt
- Meerdere betalende afnemers
- Een (duurzaam) business model