

Casa Pellas¹ példája

A Casa Pellas egy autóipari konglomerátum nicaraguai központtal, amely széleskörű szolgáltatást nyújt különböző ügyfelek részére, főként Toyota kereskedői és szervízálózati központtal.

2000-ben a vezetőség új alapokra helyezte az innovációs folyamatot. A cégen belül már ismert volt a japán munkakultúrából kiinduló Kaizen módszer, amely folyamatos fejlesztésre sarkallt. A cég egy áttörő innovációs folyamatot akart végigvinni, a lépésenkénti megvalósítás helyett.

A cégnél elfogadott volt az innováció vállalati értékteremtő ereje, a kazein elvek alapján létrejött és működött egy vállalati kultúra, amely ösztönözte a munkavállalókat, hogy ötleteikkel járuljanak hozzá az üzletmenet javításához.

Az átalakulás előtt a folyamatok papíralapúak voltak, a beérkezett ötleteket táblázatkezelő segítségével dolgozták fel, nem volt megoldás arra, hogy az ötletek és hatásaik vállalati rendszerben betöltött helye és fontossága objektív módon elemezve legyen.

Abban az időben a Casa Pelloshoz közelálló cég a HYPE ügyfele volt, ott ismerte meg a HYPE tevékenységét, aki szoftver fejlesztéssel foglalkozott. A Casa Pellas úgy döntött, hogy egy innovációs platformot hoz létre, ahol minden dolgozó számára lehetőséget biztosít az ötletek, javaslatok megosztására. A platform kialakítását a HYPE végezte.

A fejlesztés első szakasza kis létszámú csoporttal indult, akiknek innovációs gyakorlatuk volt. Majd képzést tartottak a dolgozói csoportoknak, egyrészt hogy tudatosítsák az innováció fontosságát, másrészt, hogy ösztönözzék őket az új megoldások keresésére. 2010-re már 1000 alkalmazott használta a rendszert.

A platform működését alapvetően két részre oszthatjuk, egyrészt célzott/ irányított funkciói vannak, pl. valamilyen problémára irányulnak, illetve teljesen nyitottak bármely egyéb ötlet felé is. Bármilyen ötlet üdvözölve van, amit a munkavállaló megjelentet a platformon. A vezetőség egy motivációs rendszert is kidolgozott, munkavállalói bónuszokkal (pl. szupermarket utalványokkal) ösztönzik a dolgozókat a fejlesztési ötletek kidolgozására/ megosztására. Az értékelést helyi vezető végzi és rangsorolja őket. Majd az innovációs osztály tovább dolgozik az ötletek értékelésén. Létrehoztak egy

¹ Casa Pellas Case Study. <http://i.hypeinnovation.com/case-study-casa-pellas>



K+F csoportot is, amely az innovációs osztály által átadott megoldásokat értékeli, és döntéselőkészítést végez.

A program bevezetése után meredeken emelkedett az ötletetek száma. A folyamat szoftver szintű támogatása és az értékelő rendszer kidolgozása a vállalat számára számos előnnyel járt. Az innovációs platform előtti időszakot az jellemezte, hogy csak a munkavállalók 18%-ától érkezett ötlet, azok kis léptékű fejlesztésekre vonatkoztak. A 2011 szeptemberének végéig beadott ötletek száma több mint 2000 volt, amelynek a felét meg is valósították. 6 db radikális innovációs ötlet született, s 3 db több mint 1 millió dollár árbevételt eredményezett.

Az egész szervezeti kultúra pozitív átalakuláson ment keresztül, az alkalmazottak nyíltabbak lettek és lelkesebben vettek részt a megváltozott folyamatokban. Ez a szervezet számára biztosította a fenntartható fejlődési /változási folyamatot, a stratégiai növekedés lehetőségét, és további előnyöket, amelyeknek haszonélvezői a vevők voltak.

