

## האם האתר משרת את בניית המותג?

### מהי חדשנות ערך?

לפני כ-16 שנה, ערכו פרופ' צ'אן קים ופרופ' רנה מובורן, שניהם מרצים וחוקרים באוניברסיטת הרווארד, מחקר בו ניסו לבדוד את הגורמים להצלחה של חברות שהשיגו תוצאות עסקיות יוצאות מגדר הרגיל במסגרת מהלכים אסטרטגיים שביצעו בחברה.

*(Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth, by W. Chan Kim and Renee Maubourgne Harvard Business Review, Reprint 97108)*

לאחר שלא היה מאפיינים הקשורים לטרנדים בולטים בשוק, מאפייני המנהלים, רמת ההשקעות במהלך השינוי האסטרטגי וכו', גילו רק גורם אחד שבלט לאורך כל המחקר: **חדשנות ערך כבסיס לחשיבה ולמהלך האסטרטגי.**

כפי שמסבירים צ'אן קים ומובורן, מדובר בתהליך שבו מוותרת החברה על חלק מהשירותים/המוצרים שהיא מספקת ללקוחותיה. בד"כ, תחומים תובעניים מאד בעלויות, ופחות חשובים לקהלי היעד. את החיסכון הנובע מהויתור על תחומים אלה, מפנה החברה על מנת להשיג שירות או פתרונות יוצאים מן הכלל בתחומים אחרים, החשובים לקהלי היעד.

### איך משתמשים ברמזור?

ליד כל אחד מהמרכיבים, סמנו **בירוק, כתום** או **אדום**, עד כמה הוא חשוב ללקוחותיכם. לצד נתון זה, סמנו את גובה העלויות הקשורות לסעיף זה ולצידו תרומת סעיף זה לרווחיות העסק. התחילו בבדיקה אינדיקטיבית. אם זה חשוב, תוכלו להיעזר לאחר מכן בחשב/רואה החשבון כדי להתייחס לנתונים מספריים מדוייקים. חפשו את התחומים "האדומים". חישבו על אילו מהם תוכלו לזוטר, לטובת חיזוק יוצא מן הכלל של "הירוקים"-הם החשובים ללקוחות ולרווחיות העסק.

אנו מאחלים לכם שבפעם הבאה שפרופסורים בהרווארד יפרסמו את מחקריהם על חדשנות ערך, תהיו אתם בין הדוגמאות שיוזכרו.

בהצלחה,  
יורם בר-סלע ואוריאל אמגר

שם הפריט	חשיבות ללקוחות	עלויות הפריט	תרומה לרווחיות העסק
	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק
	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק
	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק
	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק
	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק	אדום כתום ירוק