

ETRAFI GÖRMEK ZORLAŞTIĞINDA YÖNÜMÜZÜ NASIL BULACAĞIZ?

Mehmet AKAL

Prolivus Öğrenme ve Gelişim Çözümleri
Kurucu

İnovasyon Günlüğü

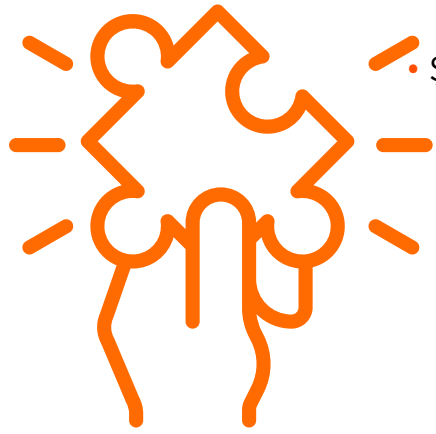
2

Strateji ve inovasyonun odağında şirketimizin neden var olduğu sorusu yatar.

Bu dönem şirketinizin neden var olduğunu düşünmek ve tekrar değerlendirme yapmanız için harika bir dönem. Değişen dünyaya adapte olabilmek için müşteriye sunduğunuz değer önerisini güncelleyebilmek için harika bir dönem.

Dünya bu son değişimler ile birlikte koca bir laboratuvar haline geldi. Son 1 yılda test edilen iş fikirlerinin sayısı, eminim son on yıldakinden çok daha fazla.

3



- Kriz sonrasında hayatta kalmak için geçici olarak ne yaptınız?
- Kriz sonrasında bunların kaçını durdurdunuz ya da daha da ilerlettiniz ?
- Kriz sonrasında, daha sonra tekrar başlatmak için neyi durdurdunuz ve sonrasında nasıl adapte edip tekrar başlatacaksınız?

Bu kadar çok değişikliğin olduğu bir yerde ;

- Şirket olarak bizim hayatta var olma amacımız nedir?
- Şirket olarak biz ne yapmaya çalışıyoruz?
- Dünya nereye doğru gidiyor?

5 Temel Soru:

1. Ne değişiyor?
2. Değişimler kalıcı olacak mı?
3. Karar vermek için hemen dikkate almalı mıyız?
4. Bu değişimin yönünü nasıl izleyebiliriz?
5. Ekonomik ve toplumsal bağlam bu değişimi nasıl şekillendiriyor?

Strateji ve İnovasyon için Faydalı Yaklaşımlar:

1. Cesur ve büyük adımları düşünebilmek için geleceğe, oldukça fazla geleceğe gitmek. 10 sene sonrası hayal etmek ve oradan bu güne doğru geri gelmek,
2. Senaryo planlamak.

1

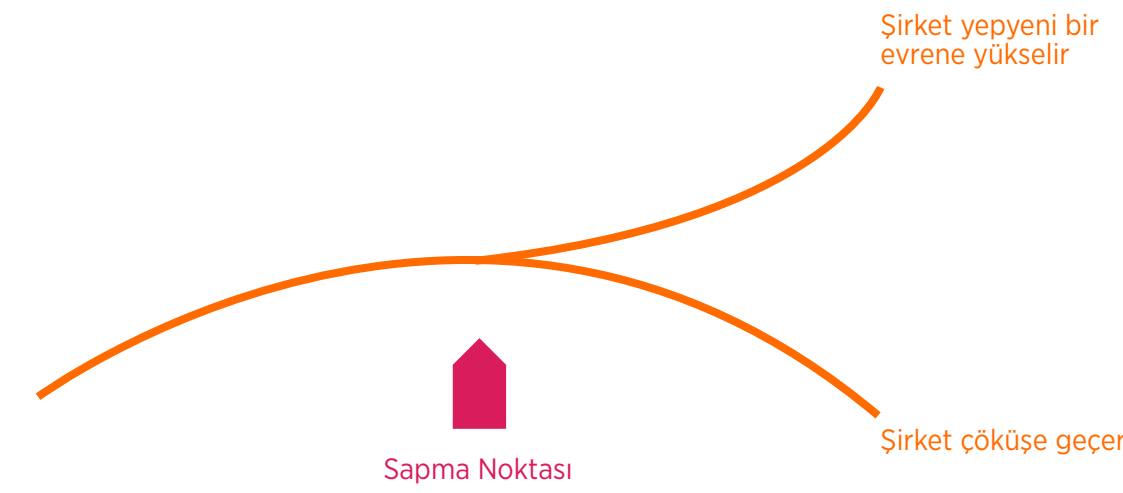
“ Gelecek onun
nasıl geldiğini
duyabilenlere
aittir! ”

David Bowie



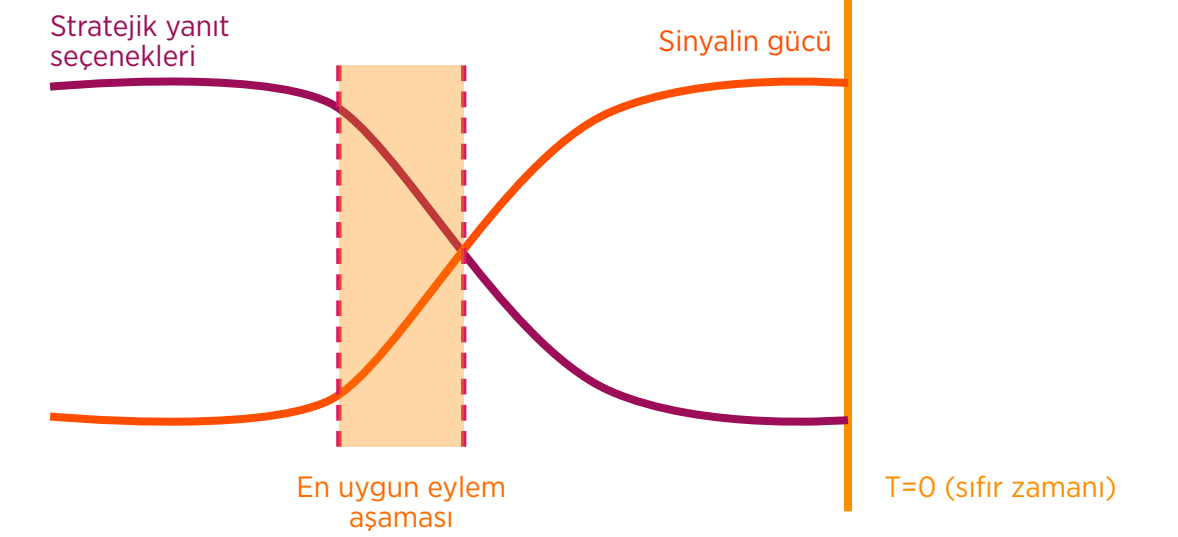
Bir sektör, dijital dünyadaki beklenmedik rakipler tarafından ne kadar erken zorlanırsa o kadar güçlü olacaktır. Dönüşüm için bir kriz ortamı gereklidir. Şirketler bu krizi ne kadar erken yaşarsa, krizi aşmak için sahip olması gereken alışkanlıkları ve kültürü ne kadar erken kendi bünyesine dahil ederse, diğer krizlere o kadar hazırlıklı hale gelir.

Sapma Noktası Eğrisi – Andy Grove



Değişen süreçler yorumlanabildiği zaman Andy Grove'un Sapma Noktası Eğrisi'ndeki gibi şirketinizi yepyeni bir evrene yükseltebilirsiniz. Dünyada neyin değiştiğinin izlenmesi sadece korona dönemine ait bir süreç değildir.

Erken Uyarı Modeli – Rita McGrath



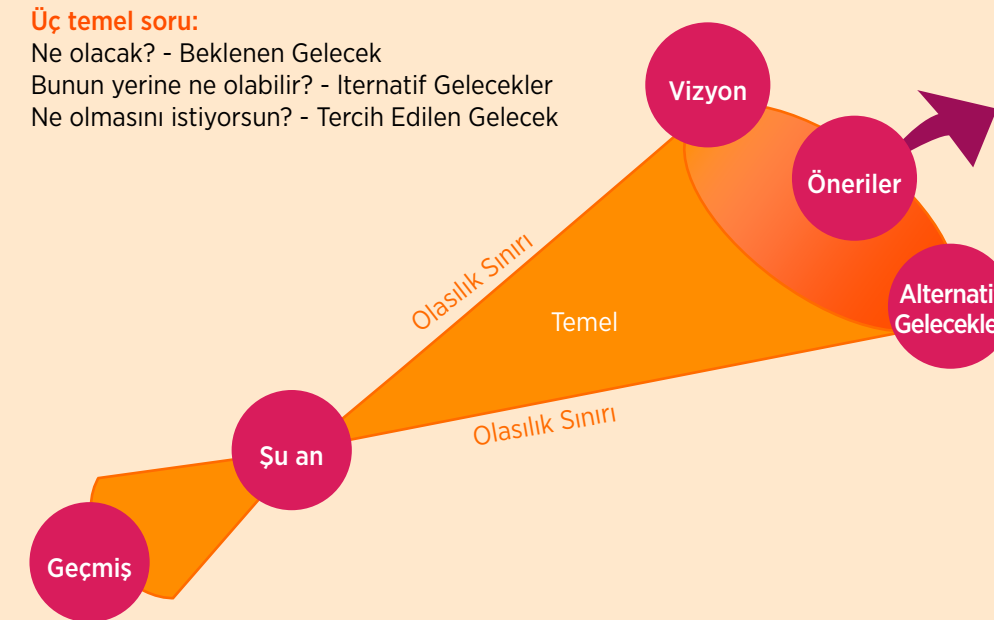
Eğer bir strateji geliştirmek istiyorsanız, T=0 zamanında gerçekleştirmek çok geç olacaktır. Eğer bir değişim seziyorsanız ve bu değişim için orta noktada aksiyon noktada alıyorsanız, şansınız yüksek olacaktır.

4

Geleceğe Hazırlanmak

Gelecek Konisi

Üç temel soru:
Ne olacak? - Beklenen Gelecek
Bunun yerine ne olabilir? - Alternatif Gelecekler
Ne olmasını istiyorsunuz? - Tercih Edilen Gelecek



Geleceğin farklı senaryolarına hazırlanabilmek için alternatif gelecekleri düşünmek ve buralarda neler olabileceğine dair durumlar üretmek çok önemli. Bu senaryoları üretirken;

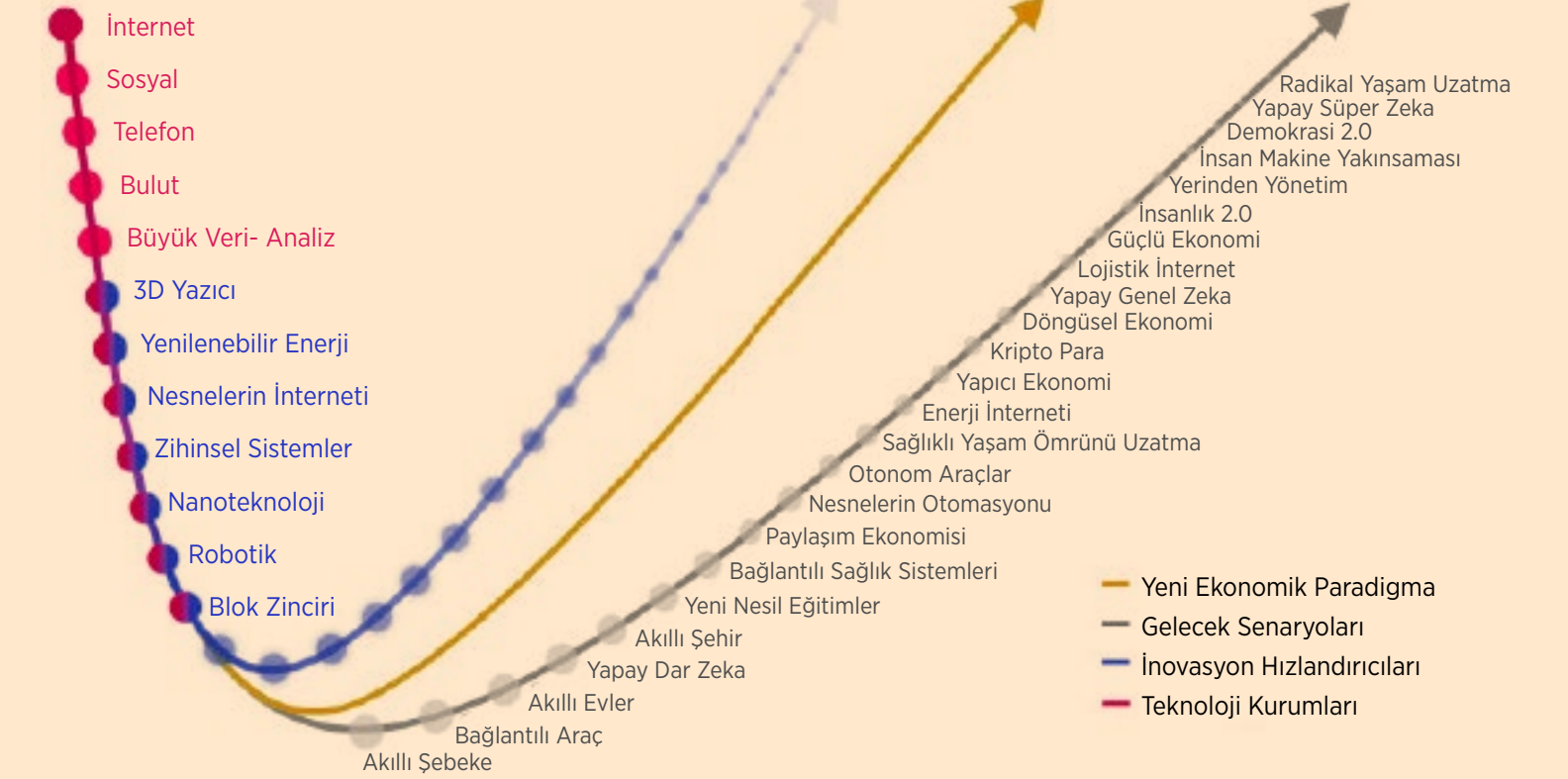
- Dünyanın nasıl bir dönüşümden geçtiği,
- Türkiye'nin nasıl bir dönüşümden geçtiğini iskalalamamak lazım.

Peki bu senaryolar nasıl oluşturulur?

Belirsizlik eksenlerini oluşturuyoruz. Bunlardan iki tanesini seçip bir matris ile birleştirip farklı senaryolar oluşturmaya çalışıyoruz. Bunu her alanda deneyebilirsiniz.

Yayın Linki : <https://bit.ly/3c9hSo3>

Senaryolar



Sisli hava hep vardı, dağılacakını da beklemeyiniz, daha da karmaşık olacak. Yurt dışında yaşanan gelişmeleri ne kadar yakından takip edersek, ne kadar fazla senaryo geliştiresek bu sisli havayı dağıtma imkanımız olur. Bu sisin üzerinde yükselmek ve farklı açıdan bakabilmek için ne yapabileceğimizi düşünmemiz gerekiyor.

