**Jak zpracovat Innovation Concept Canvas**

Pro vyplnění tabulky Inovation Concept Canvas využijte doporučení v jejích jednotlivých polích:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **INNOVATION CASE CANVAS (ICC)** | | | | | | **Verze: .....** |
| **Inovační záměr** | | | *Titul (zkrácený název)* | | | |
| **Trhy** | | **Problém / Přidaná hodnota** | **Zdroje**  **know-how** | | **Partneři** | **Konkurence** |
| *Které trhy a tržní segmenty inovační záměr oslovuje?*  *Jaký je možný teritoriální záběr potenciálního trhu?* | | * 1. *Jaký problém inovační záměr řeší?*   *Jaká přidaná hodnota řešením problému vznikne?* | * 1. *Jaké základní znalostní zdroje jsou nutné k řešení problému?* | | * 1. *Jací jsou možní partneři pro vývoj a nasazení produktu?*   *Jaké je jeho možná aplikační realizace co do formy a nákladů?* | * 1. *Jaká je hlavní existující konkurence?*   2. *Jací jsou potenciální budoucí konkurenti?*   3. *Jak lze nebezpečí konkurence snížit?* |
| **Zákazníci** | | **Koncept / Produkt** | * 1. **Potřebné aktivity VaV** | | **Potřebné aktivity PoC** | **Ochrana DV** |
| *Kdo jsou předpokládaní finální zákazníci?*  *Předpokládají se nějací prostředníci?*  *Kteří zákazníci jsou nejdůležitější?*  *Kteří jsou první zákazníci?* | | * 1. *Jaký je koncept řešení problému?*   2. *Jaké hlavní hodnoty poskytne řešení uživateli?*   3. *Jaké potřeby zákazníků budou uspokojeny?* | * 1. *Které další V&V aktivity jsou nezbytné pro dotažení produktu?*   2. *Jaké výstupy těchto aktivit jsou nezbytné pro řešení problému?*   3. *Jaké náklady jsou s těmito aktivitami spojené?* | | * 1. *Jaké aktivity jsou nutné pro „proof-of-concept“ a umístění produktu k jeho zákazníkům?* | * 1. *Jakým způsobem lze chránit podkladové duševní vlastnictví?*   2. *Jaký má být teritoriální záběr této ochrany? Jaké náklady tato ochrana přinese?* |
| **Distribuční kanály** | | **Konkurenční výhoda** | **Financování VaV** | | **Financování PoC** | * 1. **Financování ochrany DV** |
| * 1. *Kterými distribučními kanály lze dosáhnout klienty?*   2. *Jaké jsou jejich výhody a nevýhody?* | | * 1. *Jaká je konkurenční výhoda produktu ve srovnání s existujícími řešeními problému?* | *Jaké jsou hlavní zdroje financování podkladových V&V aktivit?* | | * 1. *Jaké jsou hlavní zdroje financování pro aktivity „proof-of concept“?* | * 1. *Jaké jsou hlavní zdroje financování pro potřebnou ochranu duševního vlastnictví?* |
| **Obchodní model(y)** | | | | **Tržní podíl / Škálování / Očekávané výnosy** | | |
| * 1. *Jaký je základní obchodní model?*   2. *Jaké jsou jeho PRO a PROTI?*   3. *Existují alternativní obchodní modely?*   4. *Jaké jsou jejich PRO a PROTI?*   5. *Pokud existuje více obchodních modelů, jaká jsou kriteria pro jejich výběr?* | | | | * 1. *Jaký podíl na trhu lze získat implementací produktu?*   2. *Jak lze obchod škálovat?*   3. *Jaké jsou hlavní překážky tohoto škálování?*   4. *Jakým způsobem se škálování realizuje?*   5. *Jaký je řád možných výnosů na horizontu 5 let?* | | |
| * 1. **Zpracoval/-a:** |  | | | * 1. **Dne:** |  | |