



# Uutmoodi maailm

Innovatsioonis on oluline, millised on järgmised suured muutused 5–10 aasta pärast ja kuidas neid ennustada. Ettevõtte peavad hoolega jälgima mitte ainult oma sektori arengut, vaid kogu maailma muutumist ja üldiseid hoiakuid, ütles IV Innovatsiooni aastakonverentsil Tim Jones, Innovaro looja ning Future Agenda programmijuht.

Innovaro ([www.innovaro.com](http://www.innovaro.com)) võttis kasutusele innovatsiooniliidri mõiste, kui hakkas tegema innovatsiooni hindamist eri ettevõtetes. Selle mõiste abil soovisid nad esile tõsta kõige tublimaid organisatsioone, kus innovatsioonil on tähtis roll.

Igal aastal jälgib Innovaro 1500 maailma suurimat ettevõtet, kellel on innovatsiooni mõjutamises maailmas suurim roll. Nende hulgas on palju globaalselt tuntud ettevõtteid, näiteks Adidas, Pepsico, H&M, Virgin, Nokia, Google ja teised.

„Elame huvitava ajal – inimeste hoiakud tarbimisele muutuvad,“ ütles Jones. „Tulevik on nende päralt, kes maailma arenguid jälgides suudavad kõige paremini ennustada, mis on inimestele tähtis ja oma tegevust siis vastavalt ümber korraldada.“

Jonesi sõnul on järgmise kümne aasta jooksul innovatsiooni ellu kutsuvateks põhjusteks probleemid veega, inimeste autentimine, energiasektori vastuolud

(kas keskenduda laienemisele või looduse säästmisele, globaliseeruda või kindlustada kohalikku energiatuvalisust), tervise-teenused ja tervisekindlustuse arendamine ning inimeste harjumuste ja nende asukohade jälgimine.

Osa ettevõtteid on juba teinud edusamme nendes valdkondades. Samuti innovatsioonikonverentsil esinenud Biometry.com juht Werner Blessing tutvustas ka Eestis suurt huvi äratanud biomeetrilist isikutuvastustoodet BIOMETRYsso, mis kontrollib arvutisse esmasel sisselogimisel ühel ajal nelja erinevat biomeetrilist näitajat – näokuju, häält, huulte liikumist ja sõnatuvasust. Selle kontrolli läbimine võimaldab avada kõiki parooliga kaitstud rakendusi ilma parooli sisestamata, kuid tagab seejuures siiski, et tegu on õiguspärase kasutajaga. Neid andmeid/näitajaid ei ole võimalik võltsida. Hiljem aitab püsiv kontroll tagada, et rakenduse kasutaja näol oleks tegu õige inimesega. Kasutaja lahkumisel arvuti eest kaovad töölaualt kõik avatud rakendused ja kui inimene naaseb arvuti juurde (heidab pilgu ekraanile, veebikaamera aktiveerub ja käivitub biomeetriline isikutuvastus), siis avanevad asjaomased rakendused kohe ja automaatselt. BIOMETRYsso-t saab kasutada kõigeiks, mida arvutiga teeme.

Fujitsu on aga välja arendanud PalmSecure'i tehnoloogia, mis kasutab näpupõlgede asemel kogu peopesa skaneerimist. Tehnoloogia kasutusala on laialdane – alates õigete inimeste tuvastamisest, kes võivad näiteks laboritesse siseneda, Jaapanis pangaautomaatidel isikutuvastuseks, haigete sissekirjutamiseks haiglasse ning nende meditsiiniliste andmete hoidmiseks.

Nokia on lisanud oma telefonidesse rakenduse, mis võimaldab inimestel oma tervist, ilmaolusid ja ka keskkonnatingimusi jälgida. Selleks on vaja kahte seadet: käe ümber kantavat sensorit ja sellega ühilduvat telefoni. Sensorile annab voolu päike.

Nokia ongi üks tuntumaid innovatsiooniliidreid, ka endale turu loomises. Ettevõtte sai aru, et mida rohkem võimaldada inimestele suhtlemist, seda rohkem nad suhtlevad. Nii antigi viiele miljonile India põllumehele tasuta telefonid ja saadeti koostöös uudisteagentuuriga Reuters neile iga päev tasuta tekstisõnumeid päeva parimatest hindadest globaalsel turul. Need teated olid põllumeeste jaoks väga olulised ja mõne aja pärast sai Nokia nende eest juba väikest tasu küsida. Nüüd on sama plaanis teha ka luteriga. »



Tim Jones.

GPS-iga nutitelefonide levik on innustanud turundajaid looma tooteid, mis võimaldaksid teha inimestele pakkumisi, kui nad poest mööda jalutavad. Google alustas juba märtsis testimist, kas idee elluviimiseks on õige aeg kätte jõudnud. San Francisco restoran Leila Mediterranean Cuisine tassis reklaami eest Urbanspoonis, mobiilses rakenduses, mis võimaldab kindlaks teha, kus inimene parajasti viibib ja kui palju ta on söögi peale nõus kulutama. Seni oli restorani omanik maksnud aastas üle 100 000 dollari, et olla esil nn kollastel lehekülgedel. „Mitte iial enam,“ kommenteeris ta oma eelmist turundusvalikut.

Lego (kelle kogemusest on selles HEI-s ka pikem lugu) kaasas oma peamised tarbijad toodete disainimisse, korraldades internetis disainivõistlusi. Ühel päeval nad avastasid, et tavalise umbes 30 tootedisai-

neri asemel on neil üle kolmesaja keskmiselt üheksa-aastase disaineri, kes teadsid täpselt, mis lastel vaja on. Oma veebikliente edasi uurides selgus, et nende toodete fännide hulgas on tuhandeid täiskasvanuid, vägagi haritud inimesi! Kui nad otsustasid kaasata need inimesed oma tootearendusse, said nad üle 4000 CV üheksast riigist. Ainult oma tootearendusmeeskonnale keskendudes poleks Lego kunagi saanud kaasata sellist unistuste meeskonda. Veel vaid paar aastat tagasi tõsisel pankrotiohus olnud ettevõtte on nüüd väga edukas.

Kraft Foods liigub koos IBM-i ja Hewlett Packardiga tootekeskse tarkvara poole. iPhone rakendus iFood Assistant koostab Kraft Foodsi toodetest ostunimekirju ja pakub retsepte just siis, kui inimene ostukeskuses ringi liigub. Ettevõtte lubab ka partnerite tooteid promoma hakata.

Tulevikupanganduse keskus (Center for Future Banking) uurib võimalusi, kuidas mobiilne pangandus ja sotsiaalmeedia saaksid koostööd teha ning aidata inimestel paremaid finantsotsuseid teha. Mõte on selles, et ehk te ei osta liiga kergemeelselt liiga kalleid kaupu, kui teade ostu kohta läheb ka sinu sõpradele. Kuigi, mõnes kultuuriruumis võib see vastupidigi töötada.

Kõigil neil uuendustel on üks ühine joon – nad arvestavad inimeste isiklike eelistuste ja vajadustega. „Tarbijad teevad oma otsuseid üha ratsionaalsemalt, eelistades paremat hinda suuremale valikule,“ viitas Jones. Ettevõtted, kes soovivad ka tulevikus kasvada, peavad inimeste soovidele ja hoiakutele üha rohkem tähelepanu pöörama. Enam ei piisa sellest, et jälgitakse oma turgu, jälgida tuleb kogu maailma.

## INNOVATSIOONI VÕTMEVALDKONNAD

### Innovatsiooni võtmevaldkonnad

Oma töös on Innovaro kindlaks teinud 5 võtmevaldkonda, mis võimaldavad ettevõtetel tipptasemel konkurentsipõhises püsida:

- konkreetne strateegiline eesmärk;
- kogemuste tõhus rakendamine;
- eeskujulik koostöö;
- lihtsad protsessid;
- asjakohane rollijaotus organisatsioonis.

„Kõigi nimetatud valdkondade näitajad peavad olema head, mitte ainult ühes aspektis. Vajalik on seega ettevõtet näha tervikuna majanduse ökosüsteemis, mitte üksiküritajana,“ rõhutas Jones.

Tarbijad teevad oma otsuseid üha ratsionaalsemalt, eelistades paremat hinda suuremale valikule.

# Innovatsiooninäiteid Eestist



MobiDate on uudne sms teenus -  
Tutvu 24/7 millal tahad, kus tahad!

Tutvused sinu lähedal, iga päev!

**Sooda SMS TASUTA!**

**MobiDate**

MobiDate on uudne sms tutvusteenus, mis võimaldab sinul tutvuda 24/7 üle terve Eesti.

Teenuse kasutamiseks vajad sa ainult mobiili ning soovi tutvuda.

MobiDate on mõeldud just sinule, kes sa soovid otsida tutvust enda lähedal ning sellises vanuses nagu sina seda soovid.

Tutvumine on lihtne, mugav ja kiire, ei mingit ootamist ega kasutuste kasutamist või salvestamist, saada sõnum ja tutvuda kohe!

Võimalus luua suul kontakte on sinu... **MobiDate!**

Käimasolevad kampaniad

- Kuulutuse jätkamine
- Kosuta võimalusi
- Kompaania info
- Oluline teada
- Tingimused



Innovatsiooniaasta tunnustab „Uus on IN märgiga“ uuenduslikke tooteid, mis teevad meie elu paremaks. Toome siinkohal mõned näited juba olemasolevatest tulevikutoodetest.

## Heateco energiasäästja

Heateco energiasäästja abil on võimalik hoida kokku energiat ja raha. Paigaldades energiasäästja duši või vanni heitvee ärastamiseks, toimub heitvee talletatud soojust ülekandmine puhtale külmale veele. Tõstetud temperatuuriga puhas külm vesi suunatakse duši segistisse või veesoojendisse. Kuna külma vee temperatuuri on tõstetud, siis pesemiseks sobiva vee segamiseks vajame kuumat vett vähem, mis võimaldabki meil energiat säästa. Toode on Eesti autorite leiutatud ja mitmes riigis patenteeritud.

## SMS-tutvusteenus MobiDate

1. oktoobril alustas tegevust unikaalne SMS-tutvusteenus MobiDate. Teenus on lihtne ning võimaldab inimestel tutvuda üle terve Eesti ja seda ööpäev läbi. Eesmärk on anda inimestele võimalus ennast positsioneerida ja otsida tutvusi just seal, linnast või maakonnast, kus ta parajasti ise asub. Kuulutuse jätmiseks tuleb sisestada enda asukoht, sugu, vanus, otsitava sugu ja vanusevahemik. Kuna tegemist on SMS-tutvusteenusega, tähendab see seda, et pärast SMS-kuulutuse saatmist ei pea jääma ootama, millal teiega ühendust võetakse, vaid mobiilile saadetakse kohe kuni viis mobiilinumbrist ja suhtlus võib alata.

## SmartAD-i külastajapõhine bannerite kuvamise süsteem

smartAD-i internetireklaami võrgustiku külastajapõhine bannerite kuvamise süsteem võimaldab kliendil piirata, mitu korda ja kui tihti veebisaidi külastaja poole reklaamsõnumiga pöördutakse ning mitu korda on tal võimalik sellel klikkida. Selline lähenemine võimaldab: a) välistada kattuvuse tekkimise, kuna külastajapõhisust arvestatakse võrgustiku üleselt; see säästab otseselt kliendi raha, kuna ei pea investeerima mitmesse meediasse; b) kulutada reklaamiraha efektiivsemalt, kuna bannereid ei näidata liialt palju ühele külastajale.

## Lastevoodi SmartKid

Multifunktsionaalne lastevoodi, milles on ühendatud beebivoodi, mähkimisalus ja panipaigad. Hiljem saab selle ümber monteerida lapsevoodiks, kirjutuslauaks ja tahvliks.

Tiiu Allikmäe on kommunikatsioonifirma LH Concept juhtiv konsultant ja innovatsiooniaasta meediasuhete juht