



Cientes innovadores

Un método para detectarlos y aprovechar su ideas

Tradicionalmente, el sistema que muchas empresas utilizan para detectar oportunidades de innovación, consiste en enviar investigadores al mercado para que descubran las “necesidades no cubiertas” de los clientes. Pero en el mejor de los casos, las ideas que descubren no dejan de ser simples extensiones o mejoras de productos y servicios ya existentes.

Si nuestro objetivo es conseguir ideas *realmente innovadoras*, de las denominadas *innovaciones de ruptura*, aquellas que nos convierten en referente, deberemos utilizar métodos diferentes a los tradicionales. En vez de limitarnos a recoger información/ideas de una muestra más o menos representativa de clientes, **las empresas deberían identificar aquellos clientes que realmente tienen ideas innovadoras que aportar.**

PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN



Buscar clientes con ideas innovadoras -Usuarios Avanzados-

Estos clientes son usuarios que de alguna manera ya han pensado en los *avances* que deberían realizarse en el producto/servicio en cuestión, dado que por alguna circunstancia particular *ya* necesitan *la innovación* (incluso, estos usuarios, pueden haber “desarrollado” alguna solución – de una manera más o menos ortodoxa – para cubrir su necesidad).

Este tipo de clientes son los denominados Usuarios Avanzados -Lead Users- (1) que pueden ser consumidores finales, organizaciones o empresas.

Los Usuarios Avanzados son clientes o potenciales clientes que pueden contribuir a la identificación de oportunidades futuras o conceptos emergentes.

Encontrar y comprender estos usuarios puede ser una rica y efectiva fuente de información para innovar. Por tanto, a través de la búsqueda de Usuarios Avanzados, el aprendizaje de sus ideas y su involucración en procesos internos de innovación, las compañías pueden conseguir desarrollar conceptos realmente nuevos y rompedores.

Empresas como Philips, 3M, Nestle (entre otras) ya han utilizado esta metodología para la búsqueda de productos, servicios y estrategias innovadoras, la cual se ha demostrado más efectiva que otros sistemas de generación de innovaciones a través de los clientes.

En el caso de 3M, las ventas anuales por conceptos generados mediante *Proyectos con Usuarios Avanzados* fueron ocho veces superiores a las ventas generadas por conceptos nuevos no generados a través de dicha metodología(2).

Otras aproximaciones al concepto de Usuarios Avanzados

Empresas de *automoción* (BMW a través de su Virtual Innovation Agency) o de *desarrollo de juegos para ordenador* (EA Sport, Sony) o de *desarrollo de software en general* (IBM), etc., también están avanzando en este concepto.

Estas empresas disponen de mecanismos propios para que sus **clientes/usuarios avanzados** puedan, por un lado, **aportar ideas**, necesidades y problemas, y por el otro, **experimentar los nuevos conceptos** de productos, servicios que la empresa está desarrollando.

1) Lead User Process: concepto desarrollado por Eric von Hippel, del MIT (USA)

(2) Fuente: Lead User Concept, Inc. –LUCI-