

Syretestmal

Produkt og produktkonsept

a. Problem og nåværende løsning

Hvilken problem løser man/Hvilket behov skaper man? Hvor kritisk er problemet/behovet?
Hvordan/hvor tilfredsstillende tjener dagens løsninger dette?

b. Beskrivelse av produktet/tjenesten

Gi en forståelig og konsis beskrivelse av produktet/tjenesten og eventuell underliggende teknologi. Beskrivelse og analyse av eventuell forskning og utvikling bak det tenkte produktet/ tjenesten. Bruk gjerne brukerscenarioer for å illustrere kundenytte. Illustrasjoner, bilder og/ eller tegninger er sterkt anbefalt og god praksis

c. IPR

Hvordan kan man beskytte forretningsidéen? Hvor kritisk er formell IPR beskyttelse som for eksempel patentering? Hvor vanskelig er det å kopiere ideen/produktet? Hva er gjort og hva skal/kan gjøres?

d. Skalerbarhet og vekstpotensial

Hva er skaleringspotensialet i forretningen? Still dere selv spørsmålet: Hvilke utfordringer oppstår hvis bedriften skal gå fra å selge 10 produkter/tjenester til 1.000.000 produkter/tjenester? Kan man ekspandere med samme konsept til flere geografiske markeder? Hvilke andre bruksområder kan man overføre produktet/tjenesten til?

e. Produktstatus og planlagt utviklingsløp

Hva er status på teknologien/produktet/tjenesten i dag? Hva sier idéhavere, fagfolk/eksperter, og hva er teamets vurdering/analyse om utviklingsløpet til bedriften?

Presenter milepæler som estimerer kritiske utviklingsaktiviteter og hvor lang tid vil det ta å komme frem til en MVP, prototype, proof of concept, market entry etc?

f. Innovasjonshøyde

Hva er de unike aspektene ved ideen? Representerer ideen en radikal eller inkrementell forbedring av eksisterende løsninger? Introducerer ideen en ny type produkt, marked, prosess/metode eller organisering?

Marked og bransjeanalyse

a. Bransjebeskrivelse og trender

Overordnet beskrivelse av bransjen(e) produktet/tjenesten skal/kan markedsføres? Hva kjennetegnes strukturen i bransjen (*konsolidert, fragmentert*)? Hvilken fase er bransjen (*tidlig, vekst, moden, fallende*)? Sentrale trender i bransjen og deres positive/negative konsekvenser for prosjektet?

b. Marked, kundesegmentering og næringskjede

Hvordan kan markedet overordnet segmenteres? Hvor stort er markedet (*gjerne per segment*)? Hvordan ser næringskjeden ut, hvilke type aktører er involvert og hva er mulig plassering for prosjektet?

c. Kunde og brukernytte

Hvem er kunden og sluttbruker? Hva kjennetegner kunden som har størst fordel av å adoptere/bytte til dette produktet/tjenesten? Sitater fra potensielle kunder og brukere som underlag for deres analyse er god praksis.

d. Kjøpskriterier og inngangsbarrierer

Hva er de sentrale kjøp/brukskriteriene for kunde og sluttbruker? Hvor stor forbedring trenger kunden før han bytter til dette produktet/tjenesten? Hva er kundens byttekostnader? Sitater fra potensielle kunder og brukere som underlag for deres analyse er god praksis (*for eksempel "Jeg kjøper produktet hvis A,B,C."*) Hvilke faktorer hindrer inngang av nye aktører? Er det lock-in effekter eller andre barrierer satt opp av etablerte aktører i markedet? Er det kompliserte og/eller integrerte verdikjeder som hindrer inngang?

e. Konkurrenter og substitutter

Hva/Hvem er sentrale konkurrenter og/eller substitutter? Konkurrent er en som lager tilsvarende løsning som deres. Substitutt er en som løser problemet, men på en annen måte. Alle produkter/tjenester har konkurrenter/substitutt. Figurer som posisjonerer dette produktet/ tjenesten med substitutter/konkurrenter er god praksis. Husk også å ha et forhold til konkurrerende selskaper, ikke kun løsninger.

Forretningsmodell

a. Forretningsmodell

Hvilke overordnede forretningsmodeller er mulige/anbefalte for et selskap med basis i denne ideen. Med forretningsmodell tenker man på hvordan et selskap "creates, delivers and

captures value” og beskriver logikken i hvordan et selskap opererer både på inntekt- og kostnadssiden. Bør selskapet vurdere en kortsiktig og senere langsiktig forretningsmodell? Kan dere identifisere innovasjoner i forretningsmodell som kan gi selskapet et konkurransefortrinn?

b. Markedsføring og distribusjon

Hvordan skal dere nå kunden? Hvilke markedsføringskanaler skal/bør benyttes? Hvordan skal/bør produktet distribueres (*egendistribusjon, partnerdistribusjon*)

c. Produksjon og logistikk

Hvordan skal/bør produktet/tjenesten produseres? Hvilke konsekvenser har alternative valg? Kan man estimere produksjonskostnad på forskjellige volumnivå?

Organisering

a. Fagmiljø og idehaver/ideinstitusjon Hvem burde ta denne ideen videre?

Hvem burde ta denne ideen videre? Hvilke andre personer/ aktører er involvert? Hvor stort burde teamet være og hvilken kompetanse trengs?

Økonomi

a. Overordnet økonomisk potensialet

Beskriv det overordnede økonomiske potensialet gjennom analyse av ulike utviklingsscenarioer basert på produkt- og markedsanalysen. Fokuser på kontantstrøm og kritiske kostnadsdrivere

b. Kapitalbehov

Hvor stort er kapitalbehovet i forskjellige faser (*produktutviklingsfase, kommersialiseringsfase*) og hvilke faktorer er sentrale drivere av kapitalbehovet (*teknologiutvikling, markedsbearbeiding, logistikk etc*)? Når har selskapet behov for kapitalinnskytelser?

c. Finansiering

Hvilke typer finansieringskilder er aktuelle for ideen utover ”snille penger” fra Innovasjon Norge og Spark*.

Bærekraft

a. Overordnet miljø- og samfunnsmessig potensiale

Beskriv det overordnede potensialet til å skape miljø- og samfunnsmessig verdi sammenlignet med dagens løsninger. Kan denne verdien kvantifiseres? (eks. *antall mennesker med økt livskvalitet eller mengde CO2 redusert*).

b. Bærekraftig verdiskapning

Bærekraftig verdi defineres som: det som fremmer bærekraftig utvikling av organisasjonen og samfunnet, og som bevarer miljøet, samtidig som vi fortsetter å forbedre livskvaliteten til mennesker, på en måte som tilfredsstiller dagens behov uten å gå på bekostning av framtidige generasjoners behov.

De 5 kapitalene innen bærekraftig verdi:

1. Sosial verdi: Sosial rettferdighet, likeverd, frihet, sikkerhet, helse og velvære, kunst og kultur, mangfold og kreativitet, relasjoner etableres, styrkes eller vedlikeholdes, nettverk og samfunn skapes, m.m.
2. Verdi for miljøet: Bidra til redusert forurensning eller utslipp, takle klimautfordringer, minke ressursbruk, verne om natur m.m
3. Økonomisk verdi: Stabilitet, langsiktig levedyktighet, bærekraftig investeringer.
4. Verdi for enkeltmennesker: Helse, sikkerhet, livskvalitet, velvære, frihet, engasjement, selvrealisering, utvikling, brukervennlighet, individuelle behov, ergonomi m.m.
5. Intellektuell verdi: Kompetanseheving, utvikling av nye ferdigheter, evne til nyskapning, opprette og/eller dele kunnskap, IP-rettigheiter, eierskap m.m.

Beskriv ideens verdiskapning innenfor de 5 bærekraftige kapitalene.

Gruppens vurdering

Er dette et prosjekt å gå videre med? Hvorfor? Hvor ligger utfordringene? Hva må avklares for at man skal kunne ta stilling til dette?