

**Opis strategii wdrożenia osiągnięć naukowych opracowanych przez studenta/ów
w ramach projektu *Partnerski Związek Nauki i Postępu***

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii Strategia na podstawie macierzy Ansoffa, strategia L
Imię i nazwisko autora/autorów Angelika Słomińska, Adam Będkowski
Uczelnia, Wydział, Specjalność Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Kierunek Logistyka
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia Firma zajmująca się produkcją specjalistycznego obuwia
Opis rozwiązania/strategii: <ol style="list-style-type: none">1. <i>problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i>2. <i>podstawowy cel realizacji</i> <p>Celem wybranej przez nas strategii jest:</p> <ul style="list-style-type: none">- wzrost udziału w runku naszego przedsiębiorstwa, wzrost obrotów na rynku krajowym o 20% od dzisiaj do 31 grudnia 2013- wejście z naszym produktem na rynki europy zachodniej (Niemcy, Francja, Wielka Brytania) do 15 czerwca 2012 roku- wzrost rozpoznawalności naszej marki o 35% wśród naszej grupy docelowej i potwierdzenie jej niezawodności na podstawie badań przeprowadzonych do 31 grudnia 2013 <p>Inspiracje:</p> <p>Inspiracje czerpiemy z doświadczenia innych firm działających na rynku nowych technologii i innowacji. Staramy się również wdrażać nasze własne nowe pomysły, które pomogą nam w osiągnięciu ogólnoświatowego sukcesu.</p> <p>Powiązanie uczelni z możliwością realizacji strategii:</p> <ul style="list-style-type: none">- możliwość poznania opinii o naszym produkcie wśród studentów różnych uczelni, przeprowadzenie ankiet i rzeczy, które można zmienić w naszym produkcie- uczelnia dostarcza nam wykwalifikowanych pracowników którzy w znacznym stopniu mogą pomóc nam w odkrywaniu nowych technologii i innowacji



Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

Naszym głównym innowacyjnym pomysłem jest obuwie służące do chodzenia po wodzie. Zrewolucjonizuje to dotychczasowe przekonanie o przeznaczeniu butów. Będzie można wykorzystać naszą innowację w celach zarówno rekreacyjnych jak i sportowych (mogą powstać nowe dyscypliny sportowe). Znacznie zwiększy się bezpieczeństwo na kąpieliskach wodnych (ratownicy zostaną wyposażeni w nasze buty w ramach kampanii reklamowej).

Źródła naszych innowacji to zmieniające się potrzeby społeczne i indywidualne ludzi, zmiany w sposobie myślenia społeczeństwa oraz wynikających z analizy luk pomiędzy rzeczywistością, a wyobrażeniami o niej, a także nowa wiedza pozwalająca na tworzenie innowacji przełomowych.

Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię

- wzrost udziału w runku naszego przedsiębiorstwa, wzrost obrotów na rynku krajowym o 20% od dzisiaj do 31 grudnia 2013
- wejście z naszym produktem na rynki europy zachodniej (Niemcy, Francja, Wielka Brytania) do 15 czerwca 2012 roku
- wzrost rozpoznawalności naszej marki o 35% wśród naszej grupy docelowej i potwierdzenie jej niezawodności na podstawie badań przeprowadzonych do 31 grudnia 2013
- wzrost odbiorców naszego produktu o około 3 mln osób