



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

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii Strategia zwiększania wartości dla klienta
Imię i nazwisko autora/autorów Jakub Gospodarek, Łukasz Kaczmarek
Uczelnia, Wydział, Specjalność Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Kierunek Logistyka
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia Przedsiębiorstwo zajmujące się produkcją i dystrybucją netbooków
Opis rozwiązania/strategii: <ol style="list-style-type: none"><i>problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i><i>podstawowy cel realizacji</i> Celem naszej strategii jest: - osiągnięcie wzrostu obrotów Przedsiębiorstwa w zakresie 12-14% do 31 grudnia 2012; - ugruntowanie pewnego przekonania na temat marki poprzez jakość i niezawodność urządzeń (potwierdzenie badaniami rynku do 31 grudnia 2011r); - zwiększenie ilości kontraktów na dostawy sprzętu do firm o 25% do 31.07.2012r. Inspiracje: Inspiracje czerpiemy z działań dużych firm z naszej branży. Staramy się rozwijać i poszerzać ich pomysły. Inspiracji szukamy również w różnych środowiskach, przykładowo wśród studentów, czy osób starszych.



Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

Innowacyjne pomysły:

- wprowadzenie na rynek nowego produktu : komputera przenośnego dostosowanego dla osób starszych,
- wprowadzenie nowego procesu technologicznego: montowanie zewnętrznej karty graficznej w netbookach
- wprowadzenie na rynek produktów o nowych właściwościach: przy dużych zamówieniach (powyżej 30 szt.) możliwość montowania obudowy zaprojektowanej przez klienta, np. z logo danej firmy.

Powyższe pomysły są odpowiedzią na ciągle zwiększające się wymagania i oczekiwania konsumentów.

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

- zwiększenie sprzedaży o 12-14% do 31 grudnia 2012,
- uzyskanie przyjaznego wizerunku firmy i rozpowszechnienie marki (potwierdzone badaniami rynku: spodziewane ponad 85% zadowolonych klientów)
- powiększenie liczby potencjalnych odbiorców o około 4-5 mln na rynku polskim.

