



# MARKETING INOVACÍ

## Lenka Mynářová

[www.nafigate.com](http://www.nafigate.com)



# OBSAH

1. Co to je marketing?
2. Jak vzniká nejčastěji inovace?
3. V čem je problém?
4. Co má naději?
5. Jak vznikají průlomové inovace?



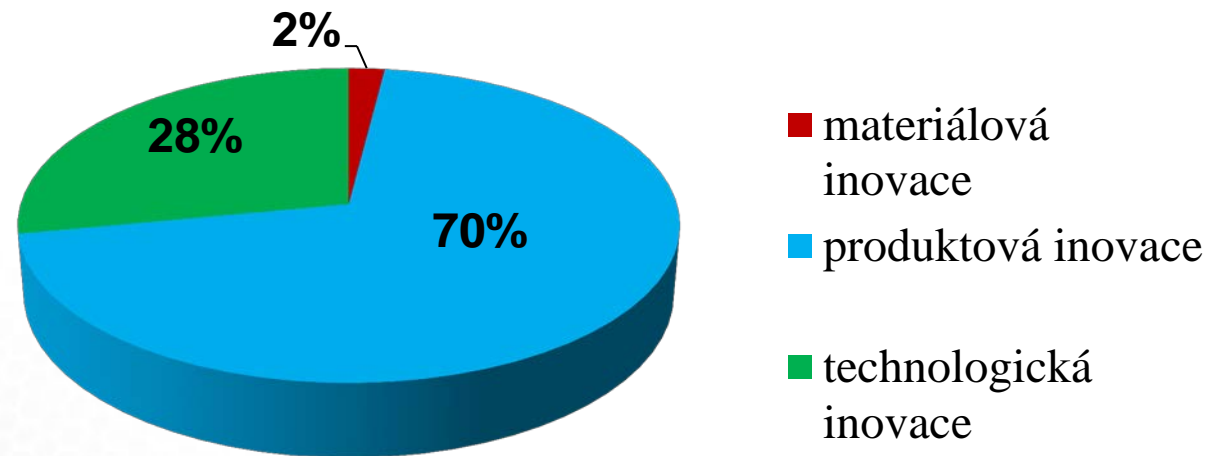
**Co si představíte pod tímto pojmem?**

# 1. Co to je marketing?

Marketing je firemní (institucionální) funkce, která odpovídá za poptávku.

## Co to jsou inovace?

Inovace vyjadřuje změnu a novinky



Zdroj: E. Rogers

# INOVAČNÍ ŘETĚZEC

... je nesmírně těžké jej uvést do  
praxe

KEY INNOVATION COSTS



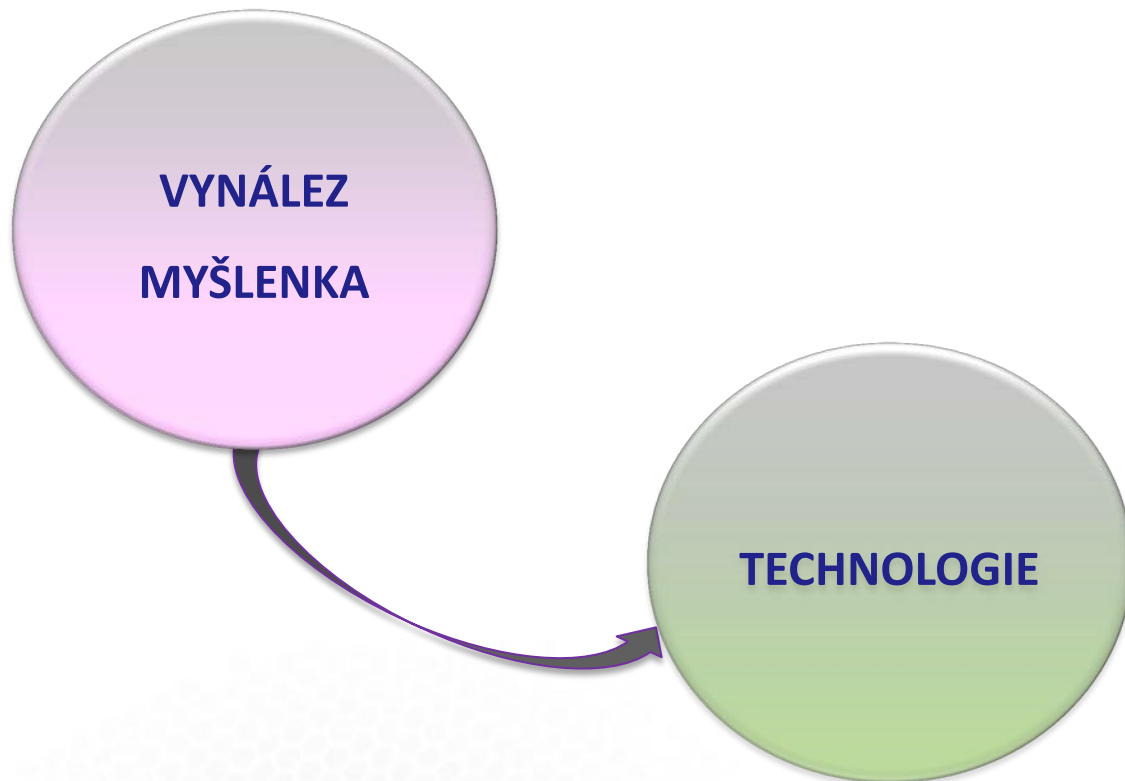
LOWERING OF RISK

## 2. Jak vzniká nejčastěji inovace?

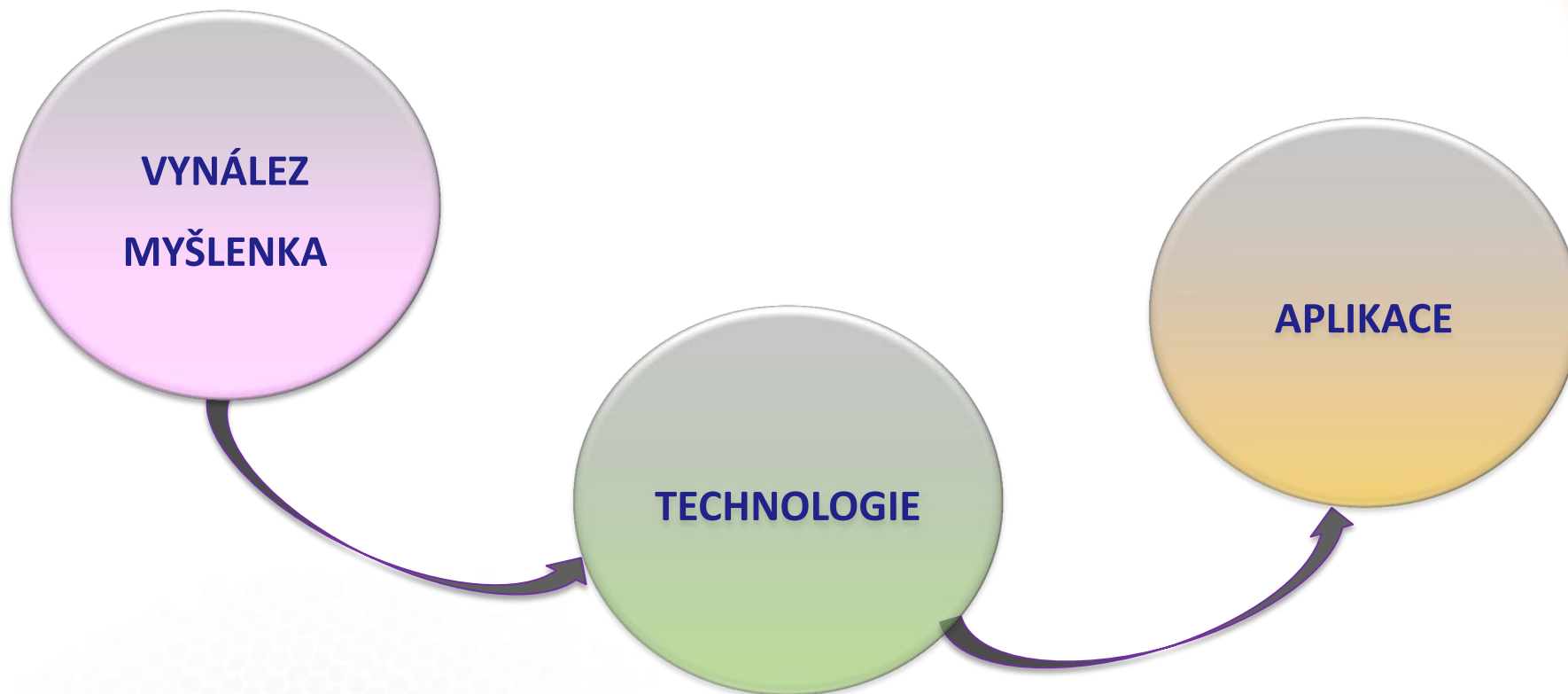


VYNÁLEZ  
MYŠLENKA

## 2. Jak vzniká nejčastěji inovace?



## 2. Jak vzniká nejčastěji inovace?





# 3. V čem je problém?

## 1. Pozice marketingu

V ČR je marketing spojen s igelitovými taškami a propiskami. Ani v komerční sféře nemá pozici obvyklou ve světě.

Marketing 100 % rozhoduje o penězích.

# 3. V čem je problém?

## 2. Realita inovací – dvě strany jedné mince

- Dotační systém deformuje inovační procesy.
- Bez dotační podpory nelze inovace realizovat (protože všude ve světě jsou inovace subvencovány).

## 4. Co má naději?

Existují 3 jednoduchá kritéria pro síto nadějných inovací:

1. Výsledek vědy a výzkumu je minimálně poloprovozně ověřen a existuje technologie pro průmyslovou výrobu.
2. Na trhu existuje reálná a dosažitelná poptávka.
3. Existuje dotace (podpora) pro early stage.

# 5. Jak vznikají průlomové inovace?

Všechny opravdu průlomové inovace přinesli lidé s vizí a odvahou, která přesahovala stávající stav poznání.