

# İnovaLiG

## Yayınlar

04.03.2015

### Sade İnovasyon'un Gücünü Anlamak

Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayan basit çözümler popülerlik kazanmaktadır. Sade inovasyon – az ile çoğu başarmak – ileri görüşlü oyunculara küresel pazardaki pozisyonlarını iyileştirmelerinde yardım edebilir, ancak bunun için karmaşık zihin yapısının çözülmesi gerekecektir.

-kısa özet sonu-

#### Sadeleşme ile Kârlı Büyüme Harekete Geçirmek

Bugünün küresel ekonomisinde modası geçmiş 20. Yüzyıl metotları işe yaramayacaktır. Geçtiğimiz yıllarda, çoğu endüstri için, büyüme fırsatları dünyanın dört bir yanına yayılmıştır. Buna karşın, rekabet de artmış ve daha küresel hale gelmiştir. Müşterilerin bu küresel pazardaki istekleri de üst düzey ve tutumlu müşteriler arasında fark göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki üst düzey alıcıların sayısı yıllar boyu artış göstermişken, şimdi endüstriyelmiş ülkelerdeki tutumlu müşterilerin sayısı artmaktadır. Alışveriş biçimleri bu yönde değişirken, çoğu Batılı şirket için, saldırı ya da savunma pozisyonunda olmalarına bakılmaksızın, tutumlu öneriler geliştirmek bir tercih meselesi olmaktan çıkmıştır.

#### Endüstriyelmiş pazarlar aşırı karmaşıklıkla başa çıkmak için tutumluluğa yöneliyor

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, endüstriyelmiş ülkelerdeki müşteriler daha fazlasını yapabilen ürünler; daha çok çeşit ve daha karmaşık seçenekler istediler. Bunun sonucuna şirketler, Ar-Ge bölümlerine yatırım yaptılar, ürün ve hizmet geliştirme işlemleri daha karmaşık hale geldi. Buna karşılık, endüstriyelmiş pazarlardaki üç faktör sade ürünler ve hizmetler önermeyi daha çekici hale getirmektedir:

AT Kearney

#### Capturing the Power of Frugal Innovation

Simple solutions that meet customers' needs are rising in popularity. Frugal innovation—doing more with less—can help forward-thinking players improve their global market position, but it will require untangling a complexity mindset.



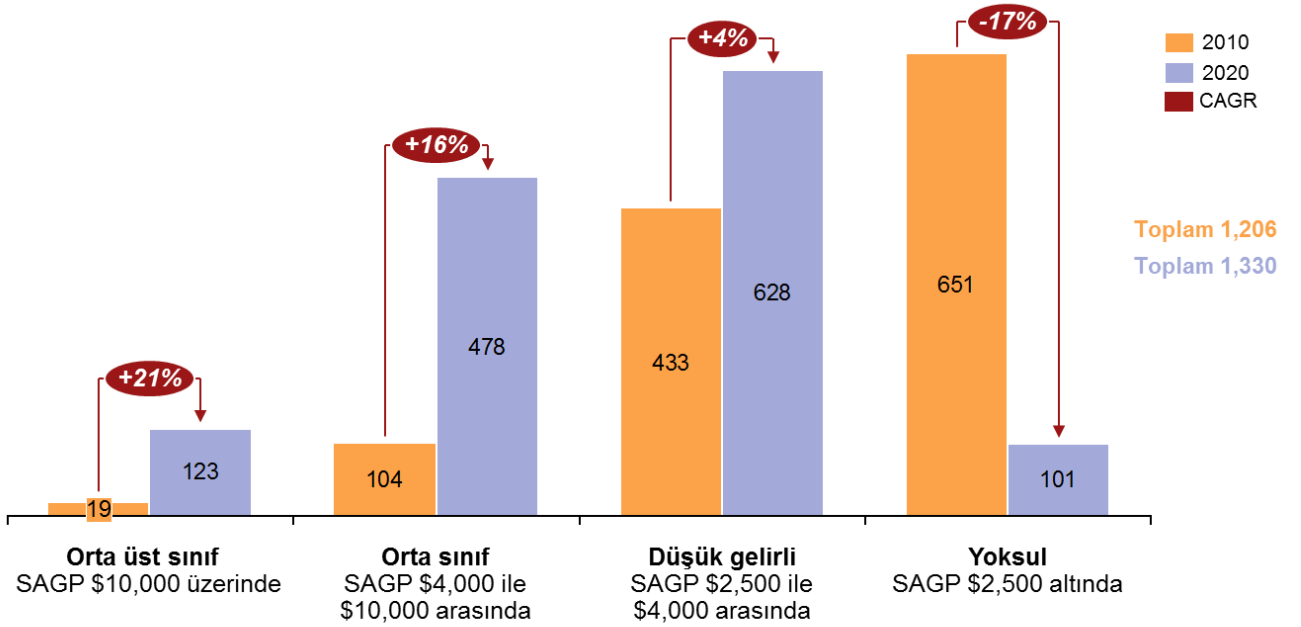
- Alışveriş biçimleri daha az zararlı ürünlere doğru yönelmektedir. Müşteriler, özellikle kaynak kullanımı konusunda, ekolojik ayak izi iyileştirilmiş ürünleri ve hizmetleri tercih etmektedirler.
- Küresel ekonomik kriz, günümüzdeki kişi başına gelir ve net gelirin düşmesine sebep olmuştur.
- İş ve kişisel yaşam arasında denge kurabilmek daha çok önem kazanmaya başlamıştır. İnsanlar, daha az para kazanmaya ve harcama biçimlerini daha basit önerilere göre ayarlamaya razı olmuştur.

### Gelişmekte olan pazarlar müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için sadeliğe yöneliyor

Küresel pazarlar ve pazar gücü Doğu'ya ve Güney'e, özellikle Hindistan ve Afrika'ya, yönelmektedir. Bu bölgelerdeki düşük gelirli ve orta sınıf pazarların boyutlarında dikkate değer bir değişim görülmektedir. Bu devasa pazarların çok çeşitli ihtiyaçları bulunmaktadır.

Nüfusun gelir sınıflarına göre dağılımı  
(milyon)

Örnek: Hindistan



Not: SAGP: Satın Alma Gücü Paritesi. CAGR: Yıllık Bileşik Büyüme Oranı  
Kaynak: B.M. Nüfus Çalışmaları, A.T. Kearney

Küresel endüstri sıralamasında düşmeyi önlemek isteyen endüstriyel pazar oyuncuları için gelişmekte olan pazarları fethetmek, artık umursamayacakları bir seçenek olmaktan çıkmıştır. Ürün ve hizmetleri sağlayabilecek saldırgan stratejilerin yanında, gelişmekte olan hedef kitlelere hitap edecek ulaşılabilirlik ve maliyete sahip iş modellerine de sahip olan Batılı şirketler, başarıyı yakalayabilecektir. Endüstriyelleşmiş yerel pazarlarda ise, bugünün tutumlu şampiyonlarına karşı yarı çok daha çetin olacaktır. Batılı şirketler için, pazar paylarını koruyacak saldırgan ya da önleyici stratejilerinin odağında, sade inovasyon bulunmalıdır.

"Capturing the Power of Frugal Innovation" makalesinin tamamına [buradan](#) erişebilirsiniz.

*Yazarlar: Kai Engel (A.T. Kearney, Düsseldorf, Partner), Etienne Sebaux (A.T. Kearney, Paris, Principal)*