



VINNOVA svensk nationell tillväxtbedömning inom internationell IKT

Bakgrund

VINNOVA är Sveriges innovationsmyndighet. Vår uppgift är att främja hållbar tillväxt genom att förbättra förutsättningarna för innovation och att finansiera behovsmotiverad forskning.

För att söka bäst utföra uppgiften och nå visionen gör VINNOVA en nationell tillväxtbedömning inför sina investeringar i svenska insatser inom internationell IKT.

VINNOVAs nationella bedömningsprocess

Följande bedömningsprocess föregår ett positivt VINNOVA-beslut om investering inom internationell IKT:

1. **VINNOVA nationell svensk tillväxtbedömning, skriftlig del.** VINNOVA genomför en nationell tillväxtbedömning inför sina investeringar i svenska projekt delar inom internationell IKT. Den skriftliga delen av denna baseras på dokument som de svenska projektparterna bifogar den slutliga projektansökan. Format för detta dokument ges nedan i denna text.
2. **VINNOVA nationell svensk tillväxtbedömning, intervjudel.** Representanter för svenska projektkonsortier som godkänts under punkten ovan bjuds in till VINNOVA för intervju kring projektets potential till innovation och tillväxt för Sverige. Intervjuformalia kommer att tillhandahållas av VINNOVA i god tid före intervjuerna.

För positivt VINNOVA-beslut om investering krävs att projektet godkänns under båda punkterna ovan.

Format för VINNOVA nationell svensk tillväxtbedömning, skriftlig del

För VINNOVAs bedömning under punkt 1 ovan måste följande fullständiga dokument (i PDF filformat) ingå i den slutliga projektansökan för varje svensk part i projektkonsortiet:

1. **Ett avsiktsförklaringsbrev** (eng. *Letter of Intent, LoI*) signerat av partens VD, prefekt eller motsvarande beslutsfattare vilket intygar partens åtagande att delta i projektarbetet och att parten kommer att avsätta för projektarbetet nödvändiga resurser.
2. Om tillämpligt: Ett avsiktsförklaringsbrev (*LoI*) från egna kunder och/eller användare av resultaten.
3. **En tillväxtplan** som detaljerat beskriver hur projektresultaten ska nyttiggöras och bidrar till hållbar tillväxt i Sverige. Tillväxtplanen ska skrivas på formatet nedan.

Ekonomiskt nyttiggörande

Beskriv vilken nytta som ni förväntar er att dra av positiva projektresultat i ett kort-, medellång- samt långtidsperspektiv, särskilt med tanke på potentiella kundrelationer och slutresultat (produkter eller system) samt annan användning. T.ex. kan följande aspekter beaktas:

Sammankoppling mellan forsknings- och produktionsstrategi

- Direkt nytta för er organisation och andra svenska parter i projektkonsortiet

- Direkt eller indirekt nytta för andra användare/industrier i era svenska nätverk
- Hur förväntar ni er att relationer som ni genom projektet bygger upp med europeiska partners kan skapa värde för er organisation?

Nästa steg i utvecklingsprocessen

- Vad krävs för överföring och exploatering av de resultaten som skapas?
- Om tillämpligt: Vem eller vilka som kommer att ta över projektets FoU resultat och hur dessa aktörer kommer att utnyttja resultaten för att skapa värde?
- Beskriv konkurrensfördelar mot existerande lösningar.

Vetenskapligt och/eller tekniskt nyttiggörande

Identifiera om de förväntade vetenskapliga och/eller tekniska resultaten kan nyttiggöras i andra verksamheter (t.ex. för offentliga tjänster, databaser, nätverk, osv.). I denna beskrivning ingår också information om eventuella nya samarbeten samt hur dessa relationer skapar mervärde.

OBS! *Nyttiggörande beskrivningen bör följa NABC-modellen - se bilaga*

SRI's "NABC" approach

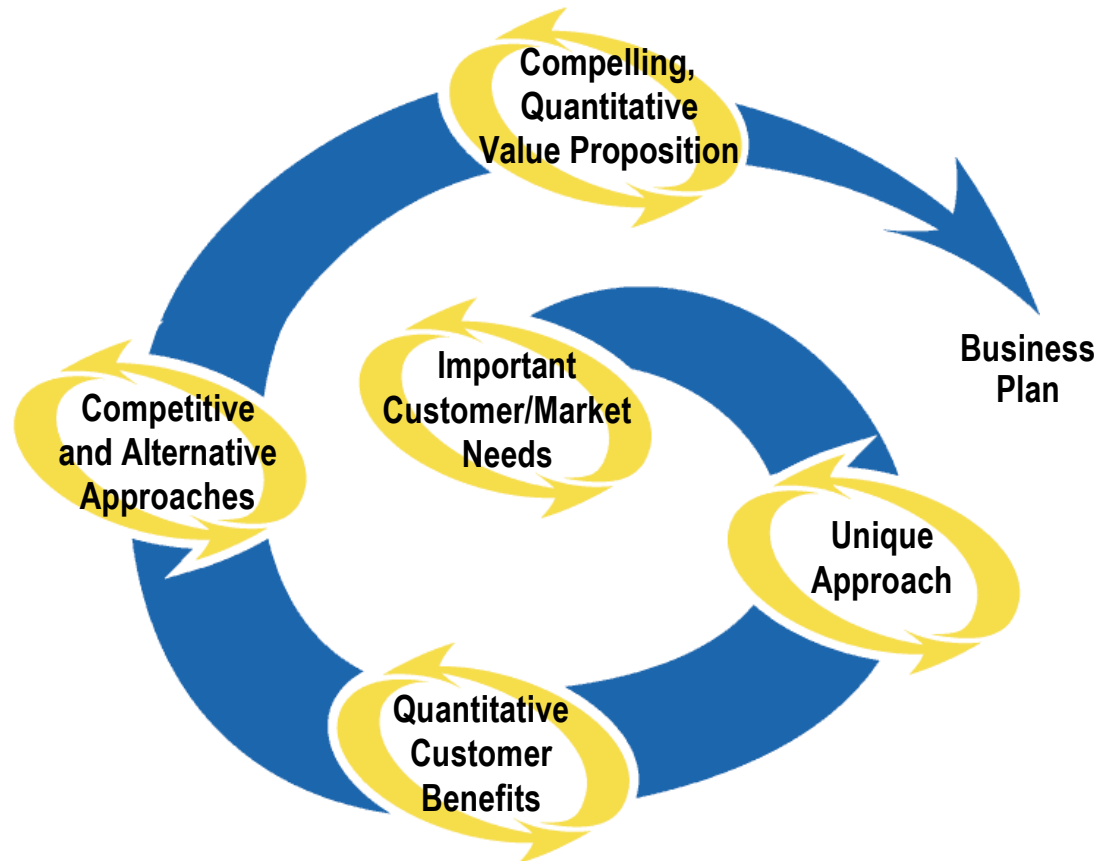
A methodology to develop a quantitative value proposition — the first step in value creation

IMPORTANT
CUSTOMER **N**EEEDS

APPROACH

BENEFITS

COMPETITION



Starting to Create a Value Proposition

Write down what you know and start talking to colleagues

- First steps
 - *Write it down*: don't worry, it won't be right at first
 - Start with the basics: **NABC**
 - Pass it around to your colleagues to collect input
 - Get out of your office: listen to prospective customers, partners and friends; spend a “day in the life of a customer”
 - Capture and synthesize all ideas to improve your NABC
 - As appropriate, protect your ideas with a nondisclosure agreement
- Constant improvement: *iterate, iterate, iterate*
 - Don't fall in love with your first idea
 - Use pictures, simulations and images; build multiple mock-ups
 - Do it fast and repeat often!
- Test of a Value Proposition
 - Compelling answer to the question: “*Why will we win?*”
 - Applies to all clients

The end goal is a compelling, quantitative
Value Proposition that is easy to remember

Example

A first draft of an NABC for hands free car phone service

- **Need**

- Cell phone use in America is increasing
- People like to use cell phones in while driving
- Government is regulating use because it is worried about the danger of distracted drivers talking on cell phones in their cars
- There is an emerging need for a safe way to communicate while driving

- **Approach**

- Leverage SRI's world-class voice recognition technology to provide a hands-free solution
- Sell low-cost software that enables cell phones to use voice activation for dialing and hanging up

- **Benefits**

- Hands free is safer
- Software applies to most cell phones
- Software is easy to install
- Value added service for mobile carriers

- **Competition**

- Growing number of cars have built in speech-activated car phones
- Not all states are pushing the cell phone safety issue through legislation

Improving Your Value Proposition: Be Quantitative

Qualitative statements are not persuasive

- **Need**

- **Not:** The market is growing fast
- *Rather:* Our market segment is \$2B per year and growing at 20% per year

- **Approach**

- **Not:** We have a clever design
- *Rather:* We have created a one-step process that replaces the current two-step process with the same quality

- **Benefits**

- **Not:** The ROI is excellent
- *Rather:* Our one-step process reduces our cost by 50% and results in an expected ROI of 50% per year with a profit of \$30M in Year 3

- **Competition**

- **Not:** We are better than our competitors
- *Rather:* Our competitor is Evergreen Corporation, which uses the current two-step process. We own the IP for our new process

Improving your NABC

A second draft of the car phone value Proposition

Need

- Consumers want to continue being able to use their cell phones while driving
- Cell phones are difficult to use when you have to see where you are going!
- Many governments are legislating against use of cell phones in cars
- Cell phone usage will decrease in cars with a loss of \$1B telecom revenue in 2005
- For us, as a cell phone provider, this represents a \$500M-per-year opportunity



Approach

- Voice-activated dialing
- Simple software overlay on existing phones
- Downloadable to existing phones with a subscription to the “in car service”
- Cost: under \$10 per phone

Areas of improvement

- Visuals
- Quantified
- Better articulation of **Need** and **Approach**

Improved Cell Phone Example (continued)

Areas of improvement

- Includes Customer and Company **Benefits**
- Quantified

Customer Benefits

- Convenience
 - Allows increased phone usage
 - Safe, comfortable, easy to use: does not require a new phone
- Quality
 - Excellent speech recognition (99% accuracy with untrained users, 12 languages)
 - Robust (>95%) performance in noisy environments



Company Benefits

- New product = increased sales (10% of 500M phones @ \$10 each = \$500M)
- Fast time to market = increased market share (75% of headset market)
- Hands-free auto use = reduced litigation (average of \$50,000 per lawsuit)
- Low risk = prototype developed and channels identified

Competition

- Existing phones (requires usage out of the car)
- Speech-activated phone built into car (expensive, \$100 more per car – we have 10% better quality with handheld devices and more convenience due to mobility)