

Innovative anskaffelser

Nasjonalt program for
leverandørutvikling

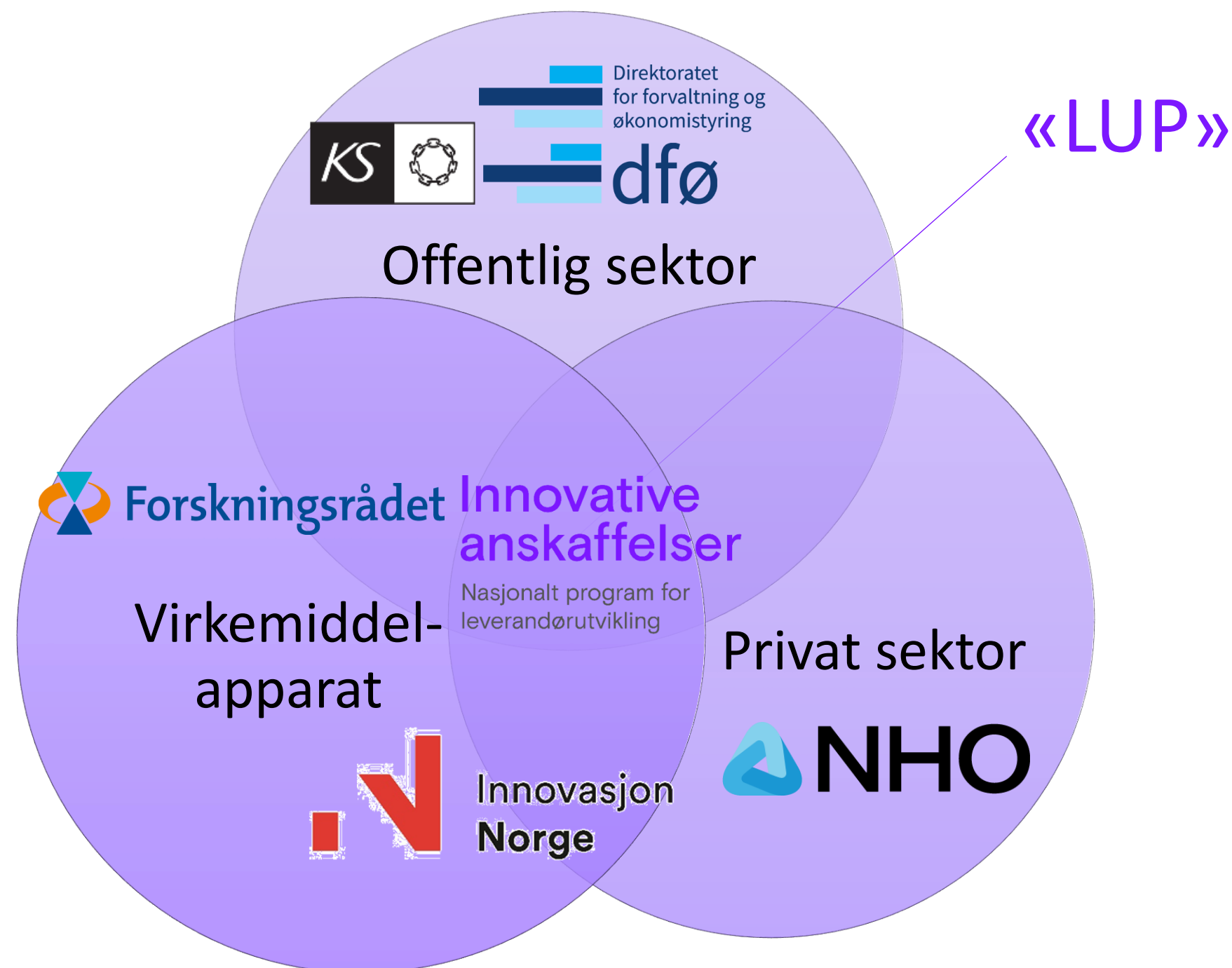


Markedsdialog: Ny ungdomsskole i Frakkagjerd

Stig Bang-Andersen / sba@nho.no / +47 450 00 910

Hvem er Nasjonalt program for leverandørutvikling?

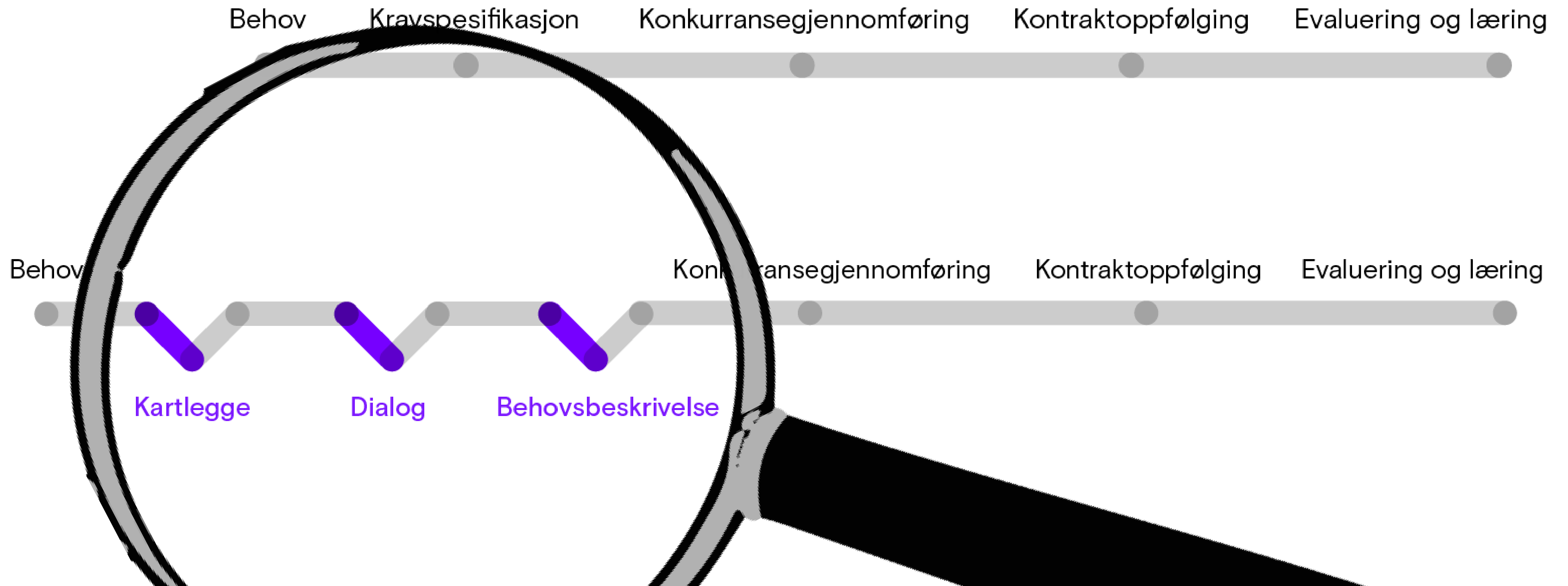
Eiere / Styringsgruppe:



27 partnere:



Hva skiller en innovativ anskaffelse fra en tradisjonell anskaffelse



Ta seg tid til kunnskapsfangst



Markedsdialogen

FORMÅL:

Involvere potensielle private samarbeidspartnere i avklaring av innovasjonspotensiale og en første idéutvikling

- Presentere og teste problemstilling og presentasjon av behov og ønsker
- Dialog om nåværende løsninger og muligheter
- Idéutvikling og nettverksbygging
- Dialog om forutsetninger for løsningsutvikling- og implementering



Dialogkonferansen

- Presentere utfordringer og behov for markedet
- Innspill og idéer til mulige løsninger
- Bedre informasjon om hva som påvirker konkurransen
- Bruke informasjonen til å utforme et konkurransegrunnlag som åpner for mulighetene



Hvordan delta i dialogaktivitetene?

Invitasjon til dialogkonferanse



Dialogkonferanse
Informere om behov og svare på spørsmål fra leverandører

- Lytt til behovene
- Still spørsmål
- Gi tilbakemeldinger
- Vær oppmerksom på mulig samarbeidspartnere. Kanskje finner du en samarbeidspartner som komplementerer din løsning?

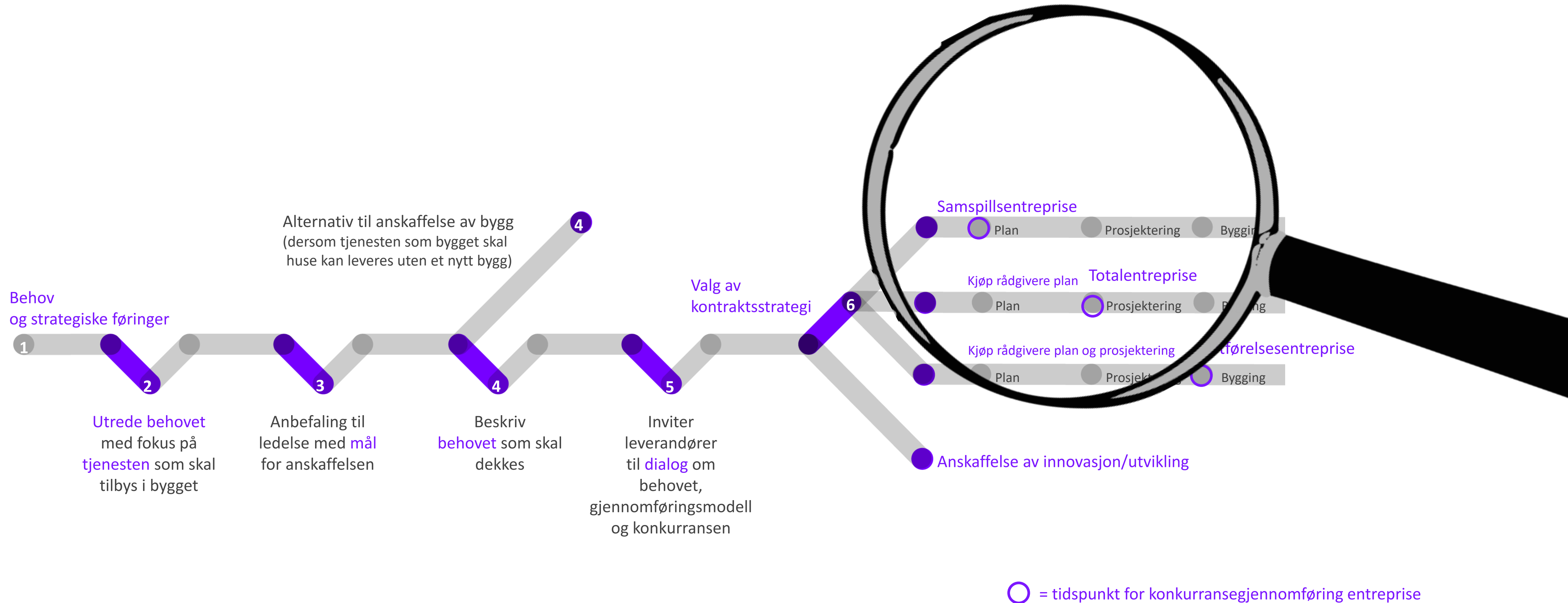
Skriftlig innspill
Kortfattede innspill fra leverandører i etterkant av konferansen

- Max 4 A4-sider
- Fokuser på løsninger, vektlegg funksjoner i stedet for spesifikasjoner – hva og hvordan kan det løses for å dekke behovet til kunden?

Én-til-én møter
Muntlig presentasjon av innspill for leverandører som ønsker det

- Presenter idéer og løsning
- Avstem
- Ikke bruk det som et «salgsmøte»

Mulig prosessmodell for innovativ anskaffelse av bygg



Utslippsfrie byggeplasser



Innovative anskaffelser
Nasjonalt program
For leverandørutvikling



Bedriftene utvikler løsninger

SMIKTITT CATERPILLAR 323F Z-LINE (ZERO EMISSION)

Verdens første av sitt slag - og den er bygget i Norge

Har en batteripakke på 3,4 tonn.

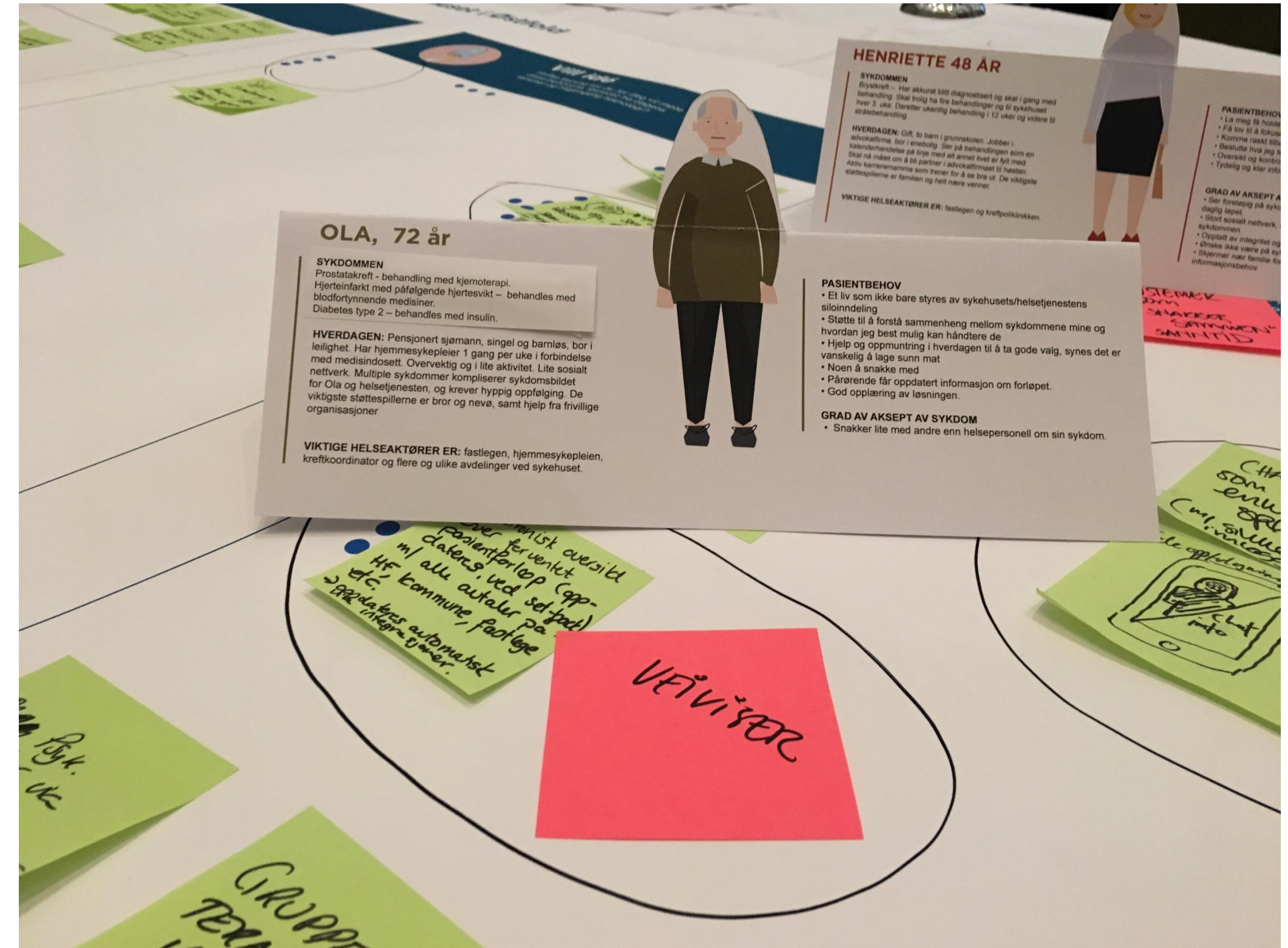


Ole Henrik Johansen / Tekno

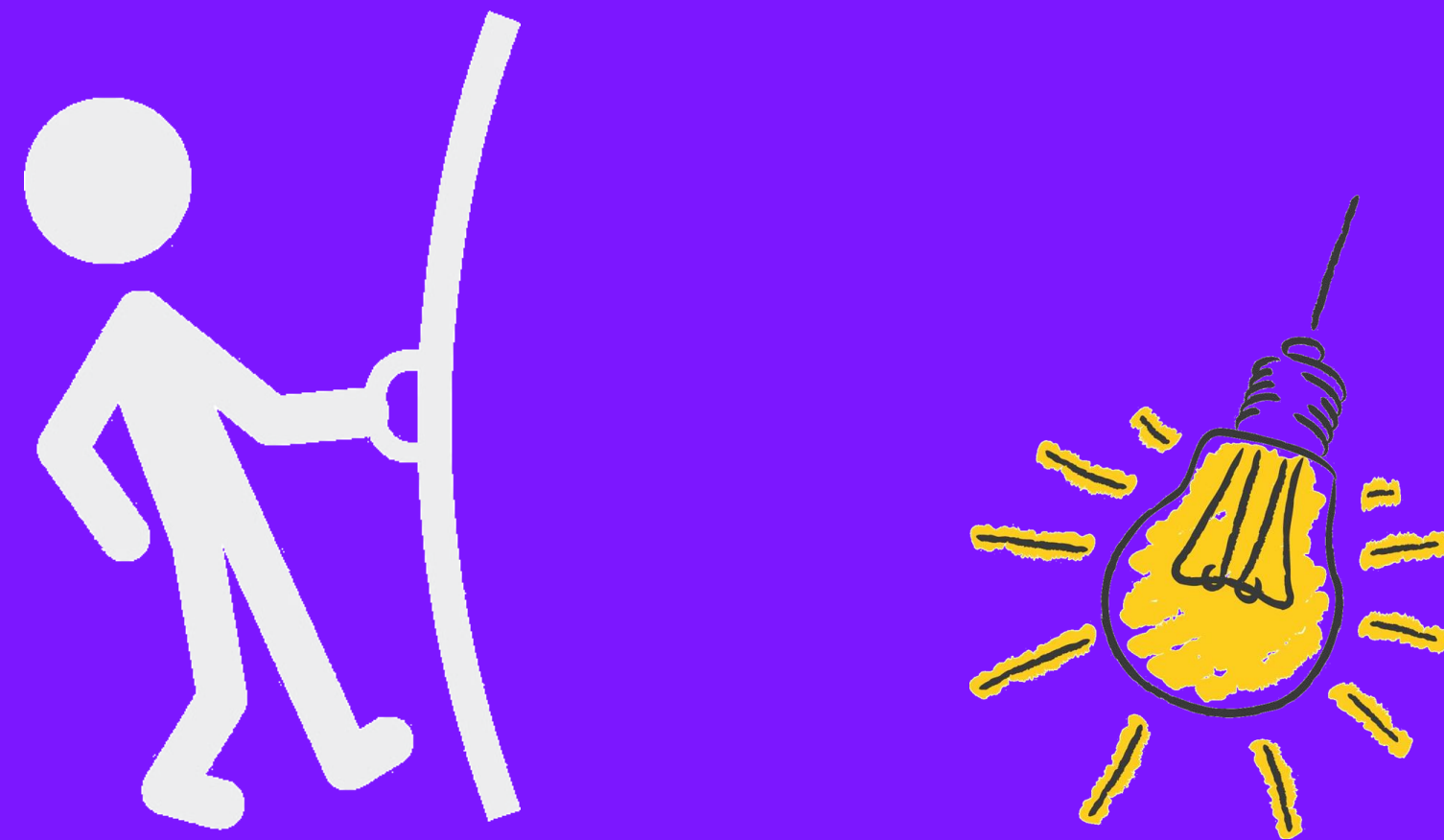


Både behovsfasen og markedsdialogen handler om behovet

- Målet med de første fasene er å konkretisere et behov som er verdt å løse sammen med næringslivet
- Teste hypoteser, sammen
- Få friske øyne inn tidlig slik at man ikke låser seg til en tenkt løsning

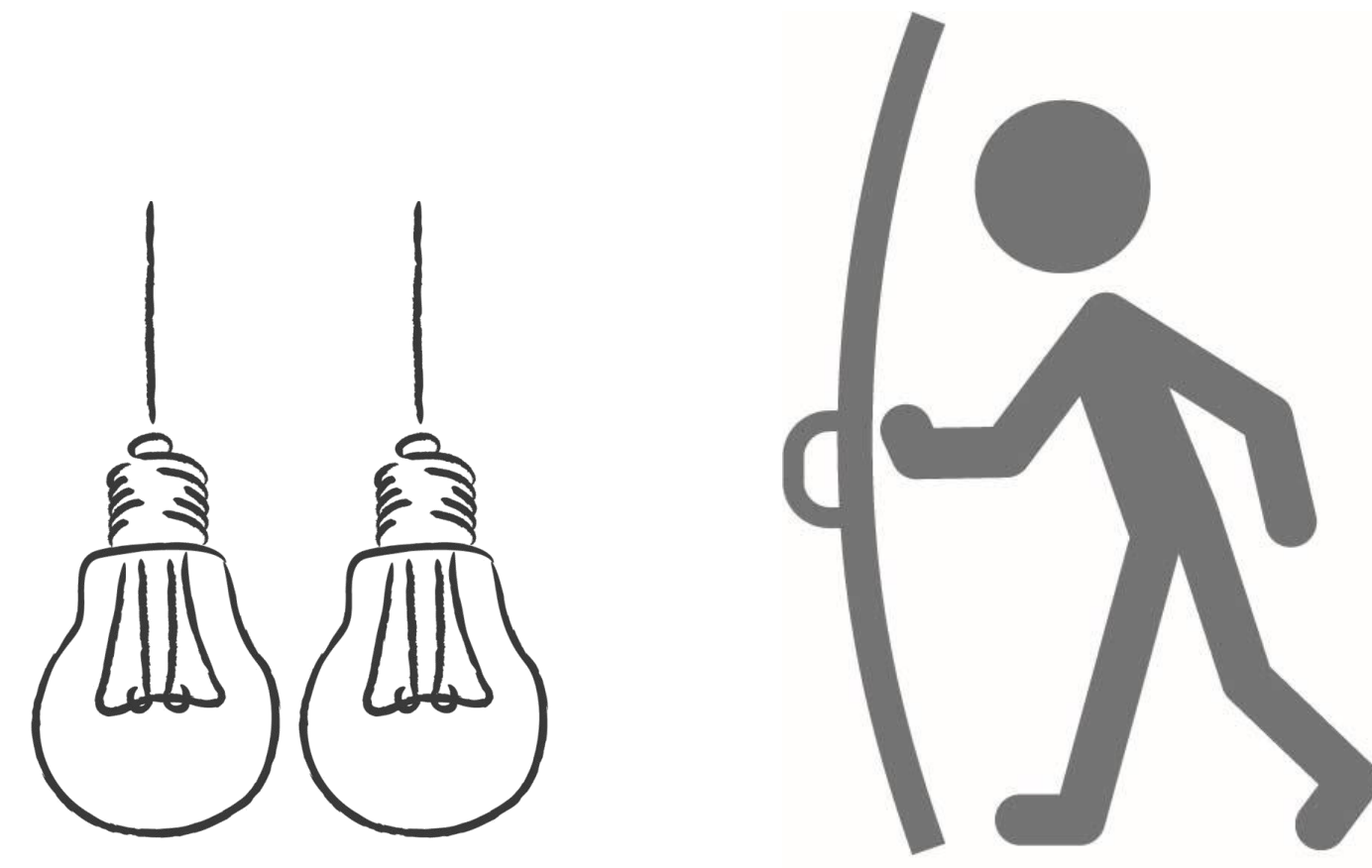


- Eterspørselsdrevet innovasjon
- Behovseier *motiverer (pull)* markedet til å utvikle nye løsninger



PULL

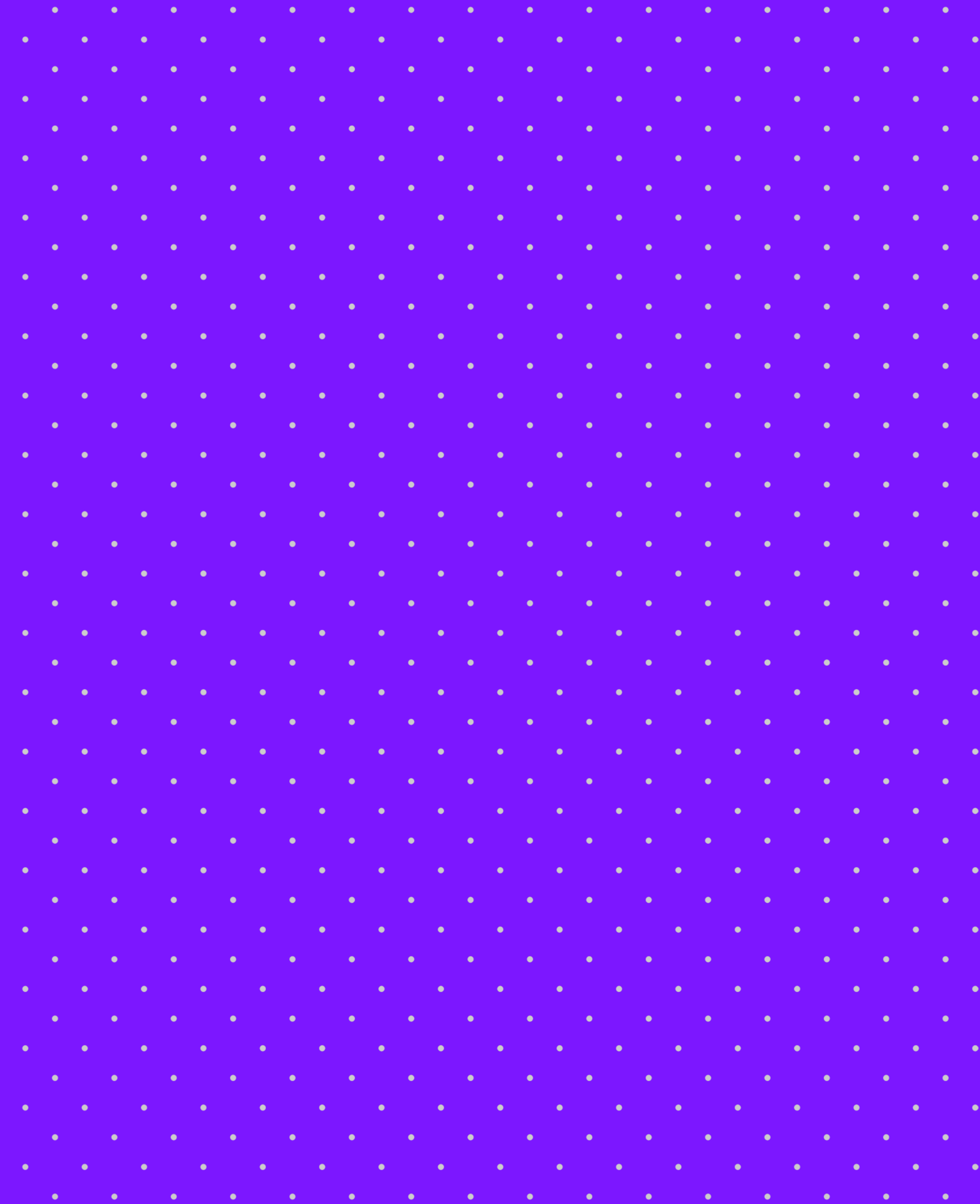
- Teknologidrevet innovasjon
- Leverandører *selger inn (push)* sine nye løsninger til behovseiere



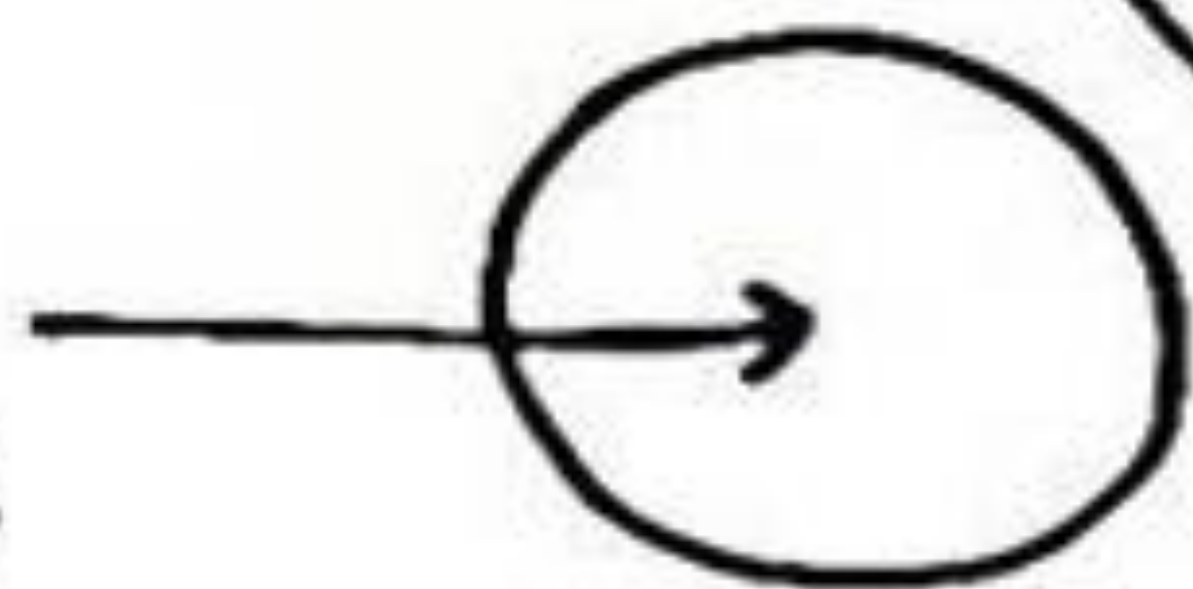
PUSH

”

Vær nysgjerrig!
Still spørsmål for å forstå behovet
Bidra aktivt med perspektiver og innspill
Søk partnere
Sett deg inn i kompleksiteten



Your
comfort
zone



Where the
magic happens

Innovative anskaffelser

