

**booz&co.**

---

# MK-Booz 지식혁신대상 (Knowledge-based Innovation Award)

- 설명회 자료

---

## MK-Booz 지식혁신대상 소개

다가온 지식기반혁신 시대

혁신기업의 대표유형

혁신기업 평가방안 및 시장분야

# 97년부터 매경과 Booz & Co.는 21세기 한국 기업의 경쟁력 제고를 위해 지식혁신대상 (구. 지식경영대상)을 제정하고 우수 기업을 선정해 옴

## 지식혁신대상 소개

- 매일경제와 글로벌 컨설팅회사인 Booz & Company는 21세기 한국 기업의 경쟁력 제고를 위해 지식경영대상(Knowledge Management Awards)을 제정함
- 매일경제- Booz & Company는 지난 1997년 국가컨설팅 프로젝트를 실시, 한국경제의 문제점으로 '선진국과의 지식격차(Knowledge Gap)'라는 키워드를 도출하고...
- 이러한 문제인식을 바탕으로 97년 10월부터 지식기반국가, 지식경영, 지식근로자 캠페인을 실시해 21세기 비전 있는 한국, '두뇌 강국 코리아'의 창출에 노력해왔음
- 또한 매일경제- Booz & Company 지식경영대상은 이러한 시대적 요청에 부응해 지식경영의 새로운 경영패러다임을 통해 한국의 경쟁력을 향상시키고 있는 기업이나 조직을 대상으로 선정해옴
- 2011년, 지식경영의 기반 위에서 지식경영을 넘어 지식혁신이라는 새로운 패러다임을 제시해 기업들의 창조적 혁신 의지를 독려하기 위해서 매경-부즈 지식혁신대상 (Knowledge-based Innovation Awards)으로 명칭을 바꿔 새롭게 시작함

## 역대 수상 기업

횟수	수상기업
1	터보테크, 안동병원 등 4개 기업
2	이랜드, 삼성에버랜드 등 3개 기업
3	제일기획 등 5개 기업
4	삼성 SDS 등 5개 기업
5	경찰청, 한국산업단지공단 등 7개 기업
6	대우건설 등 8개 기업
7	포스코, 삼천리 등 6개 기업
8	포스코, 삼성생명 등 7개 기업
9	만도, GS 칼텍스 등 7개 기업
10	삼성중공업, 아주그룹 등 6개 기업
11	신한카드, 인천공항공사 등 6개 기업
12	관세청 등 5개 기업

# 과거 지식경영대상은 지식 기반의 핵심역량과 신규 사업 모델의 사례를 발굴하고 장려하는 시상이었음

## 지식경영대상 시상 목적

지식 기반 핵심역량과 사업 모델에 수여하는 국내 최초의 시상

### 목적

- 지식 기반의 핵심역량과 새로운 사업 모델로의 확장에 대한 중요성 강조
- 넓은 영역에 걸친 조직/기업/산업에 걸친 한국의 베스트 프랙티스 Showcase
- 유사 글로벌 벤치마크와 비교하여 개선 부분을 강조

### 핵심 원칙

많은 지원 기업/조직에 전달

간결하고 유연한 동시에 엄격한 지원 절차

국내 선도 시상으로서 인지도 유지 및 강화

이를 통해 한국 기업들은 지식경영을 위한 인프라 구축은 상당한 수준에 도달하였으나, 지식경영을 통한 실질적인 가치 창출은 여전히 미약함

한국 기업의 지식경영의 성과

지식경영**Infra** 구축에 있어서 상당한 수준에 도달

지식경영을 통한 핵심 역량 강화 및 신규 사업 모델 발굴에 대한 이해도 증대



한국 기업의 지식경영의 개선점

지식 경영을 통한 실질적인 가치 창조는?

지식경영과 조직의 비전/목표/전략과의 연계성은?

혁신활동과 지식경영과의 연계성은?

# 새롭게 시작된 지식혁신대상은 지식경영의 기반 위에서 지식혁신이라는 새로운 패러다임을 제시해 기업들의 실질적 성과창출을 독려하고자 함

## 지식혁신대상 시상 목적

지식 경영 기반의 혁신 활동을 통해 조직의 비전/목표/전략 달성 및 실질적인 가치 창조에 중점을 두어 시상

### 목적

- 지식 기반의 경쟁력 강화 및 혁신 유형 별 (고객니즈 추구형, 시장동향 파악형, 기술추구 형) 고부가가치 창조에 대한 중요성 강조
- 넓은 영역에 걸친 조직/기업/산업에 걸친 한국의 베스트 프랙티스 Showcase
- 조직/기업/산업의 경쟁력 강화를 통해 국가 경쟁력 강화를 촉진
- 유사 글로벌 벤치마크와 비교하여 개선 부분을 강조

핵심  
원칙

많은 지원 기업/조직에 전달

간결하고 유연한  
동시에 엄격한 지원 절차

국내 선도 시상으로서  
인지도 유지 및 강화

---

MK-Booz 지식혁신대상 소개

다가온 지식기반혁신 시대

혁신기업의 대표유형

혁신기업 평가방안 및 시장분야

# Booz & Co.는 지난 6년간 R&D 지출이 가장 큰 글로벌 1000 기업들의 혁신관련 지출과 기업성과 간의 상관관계에 대해 지속적으로 연구함

## “글로벌 혁신 1000” 연구의 발전

2005

2006

2007

2008

2009

2010



Money Isn't Everything



Smart Spenders



The Customer Connection



Beyond Borders



Profits Down, Spending Steady



How Top Innovators Keep Winning

돈이 혁신을 살 수는 없음. 결국 혁신에 지출된 액수보다는 혁신가치사슬 내에서 치밀하게 연결된 프로세스와 조직문화가 더 중요함

“高성과 혁신가” 기업들은 동종업계 타사대비 R&D 지출액은 더 적으면서 재무적 성과는 더 뛰어난 경향을 보임

혁신 성공의 2가지 핵심요소: 전사전략과 혁신전략간의 연계 및 혁신 프로세스 내 고객의 참여

R&D의 글로벌 발자취 연구: R&D의 60% 이상을 자국이 아닌 해외에서 수행한 기업들의 성과가 타사에 비하여 더 뛰어난 재무적 성과를 달성함

혁신 기업 중 2/3 이상은, 전반적인 영업이익의 하락에도 불구하고 혁신을 위한 지출은 유지하거나 오히려 증가시킴

高성과 기업들이 중시하는 혁신 능력 및 지속적으로 탁월한 성과를 창출하는 방법 연구

# “글로벌 혁신 1000” 연구 결과는 전 세계 27개국에서 ABC 뉴스, CNN, 월스트리트 저널 등 170여 개의 언론매체에서 인용되고 있음

## 언론의 집중 조명

- 美 ABC 뉴스와 MSNBC TV의 취재
- 美 NPR 라디오 및 英, BBC 라디오 방영
- 27개국 이상, 170여 개 간행물에서 언급
- “R&D 지출과 기업 성과간 상관관계에 대한 가장 이해 깊은 평가” by *The Economist* 紙

### 대표적 간행물



## 혁신논의 촉발

### 2005

- 조직이 혁신 투자에 대한 회수를 최대화할 수 있는 방안에 대한 심도 깊은 연구 착수
- R&D 지출과 기업 성공의 핵심 지표와는 통계적인 상관관계가 없다는 사실 발견

### 2006

- 추가적인 데이터(예: 특허 기록 등)를 더하고 좀 더 고차원적인 방법을 통해 분석하여 R&D와 기업 성과간의 미약한 연계성 재확인
- 동종업계 타사와 비교하여 단위 R&D 지출액당 더 뛰어난 결과를 창출하는 “고성과 혁신가” 기업들을 정의
- Innovate Forum이 수여하는 “2006 Special Achievement Award for Advancing Innovation” 수상



### 2007

- 고객 집중, 전사 전략과 혁신 전략간 연계 등을 포함하여, 성과와 혁신 전략 요소와의 상관성을 연구

### 2008

- 글로벌화된 R&D의 자취와 성과를 연구하여, 고성과와 연관된 혁신 네트워크의 특성을 발견
- 제품 개발 및 경영 협회(Product Development and Management Association)로부터 “Best of Visions” 수상
- 美, 경영출판물협회로부터 은상(편집 부문), 동상(연구 부문 및 그래픽 부문) 수상



### 2009

- 글로벌 경기 침체가 전 세계 R&D 지출에 미친 영향 평가

# Booz는 “점진적 개선”을 넘어, 선견 및 통찰을 바탕으로 패러다임 전환적인 “창의적” 혁신을 이루는 것을 진정한 혁신으로 정의하며...

## 기존 혁신의 사례

### ▪ Six-Sigma (6σ)

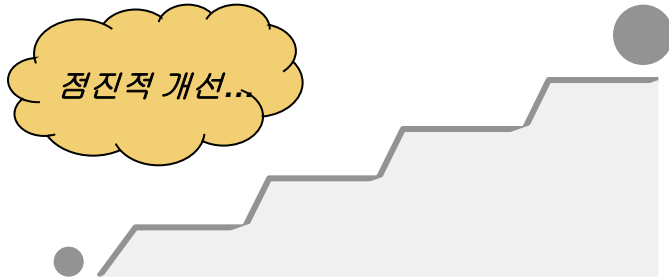


- 통계적으로 모든 품질수준을 정량적으로 평가하여 품질혁신과 고객만족 달성하는 전사적 기업경영 전략
- 한계: 단기적이며 가시적인 부분, 측정 가능한 부분에만 집중하게 됨

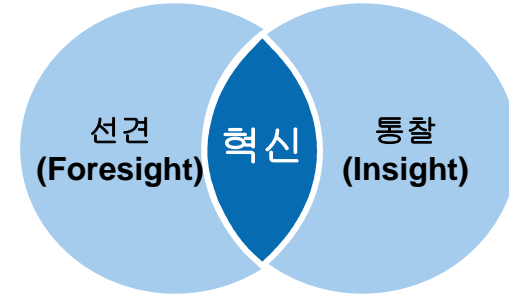
### ▪ TPS (Toyota Production System)



- 생산공정에서 질, 양, 타이밍의 최적배분을 통해 최고의 생산효율과 최저 원가를 동시에 구현하는 혁신적인 생산 시스템
- 한계: 어느 정도 진행 후부터는 혁신활동의 정체현상이 나타남



## 진정한 혁신의 사례



### ▪ iPhone

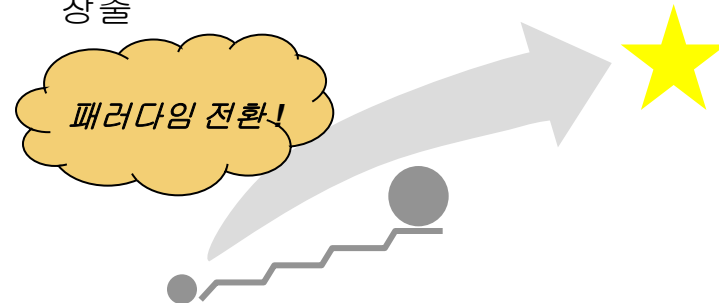


- 휴대폰의 패러다임을 변혁시켜 스마트폰 시대 도래

### ▪ AdSense/ AdWords



- 온라인의 무한 개방성을 활용, Long-tail Niche 고객의 니즈를 만족시키는 새로운 비즈니스 모델 창출

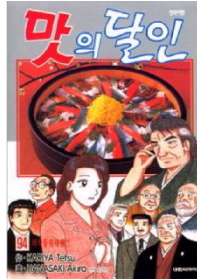


# ... 암묵적 지식을 명시적 지식화하는 “지식기반” 프로세스가 동반될 때 리스크를 줄이고 성공률을 높이는 지속적 혁신이 가능하다고 생각함

## 지식기반 프로세스

### 암묵적 지식 (Tacit Knowledge)

- 정의: 학습과 경험을 통하여 개인에게 체화(體化)되어 있지만 겉으로 드러나지 않는 지식
- 특징: 비정형적, 비체계적, 정성적
- 대표 사례: 수 대(代)를 거쳐 전해 내려온 조리 비법



### 명시적 지식 (Explicit Knowledge)

- 정의: 문서 등에 의해 표출되어 있는 지식
- 특징: 정형화, 체계적, 정량적
- 대표 사례: 조리법이 프로세스화, 정량화되어 누구나 쉽게 따라 할 수 있게 문서로 정리된 조리책자/매뉴얼



“지식창조 구현의 핵심은 암묵적 지식의 명시적 지식으로의 변환이다.”

노나카 이쿠지로 교수

## 성종사(聖鐘社) 사례

- 성종사
  - 1950년에 설립된, 국내 최초의 범종전문 제작사
  - 현재, 품질을 인정받아 전 세계 불교권 국가들에 범종을 수출함
- 암묵적 지식의 명시적 지식화
  - 음향학자 등 외부 전문가들과 연구 공동체를 설립하여 10년간의 독자적 연구 끝에 전통주조기법 재현
  - 제작 전 단계에서 소리 시뮬레이션, 제작 후 소리 측정을 통해 소리의 중심점을 잡는 프로세스 등의 체계화
  - 밀랍과 거꾸집에 최적 소재 발굴

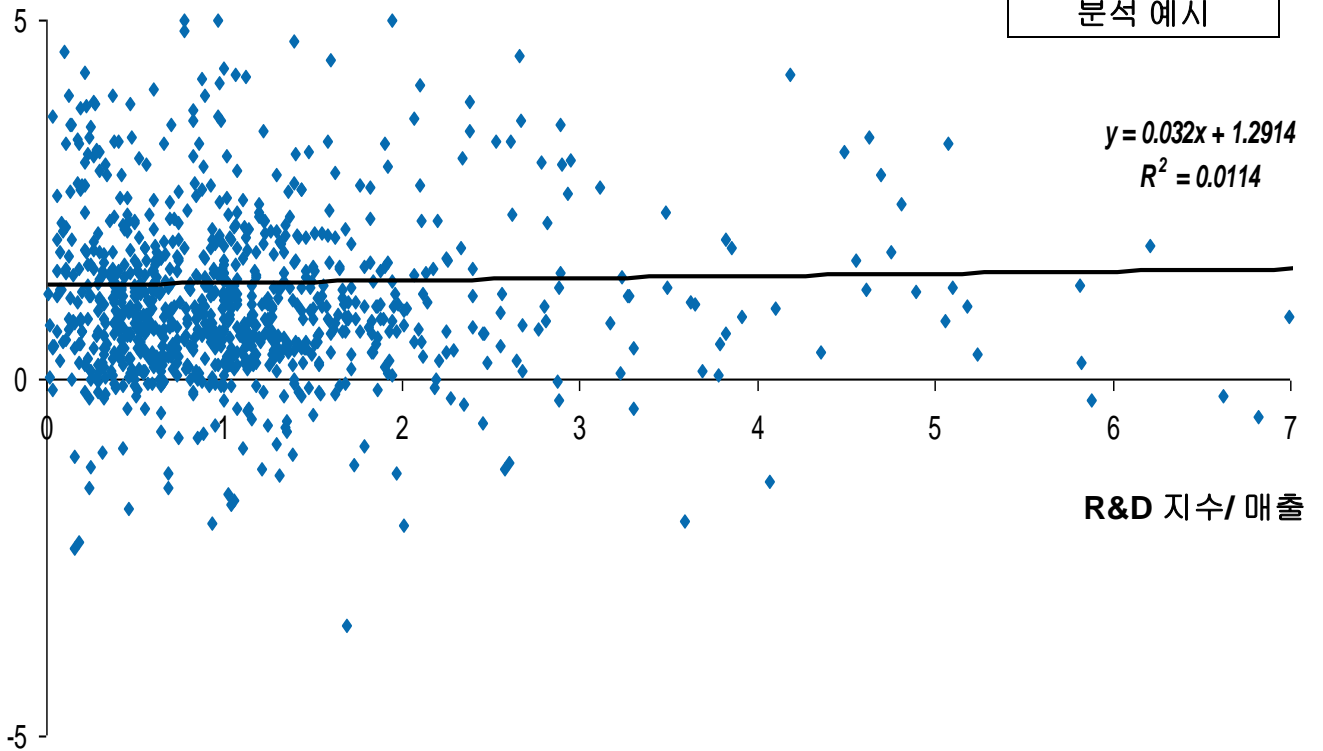


# 지난 6년간 글로벌 혁신 1000 연구는 많은 R&D 지출이 결코 높은 재무적 성과를 보장하지 못한다는 사실을 반복적으로 검증하였음

## 성과의 불일치

(R&D 지출과 재무적 성과와의 상관관계 분석 예시)

매출 성장 지수



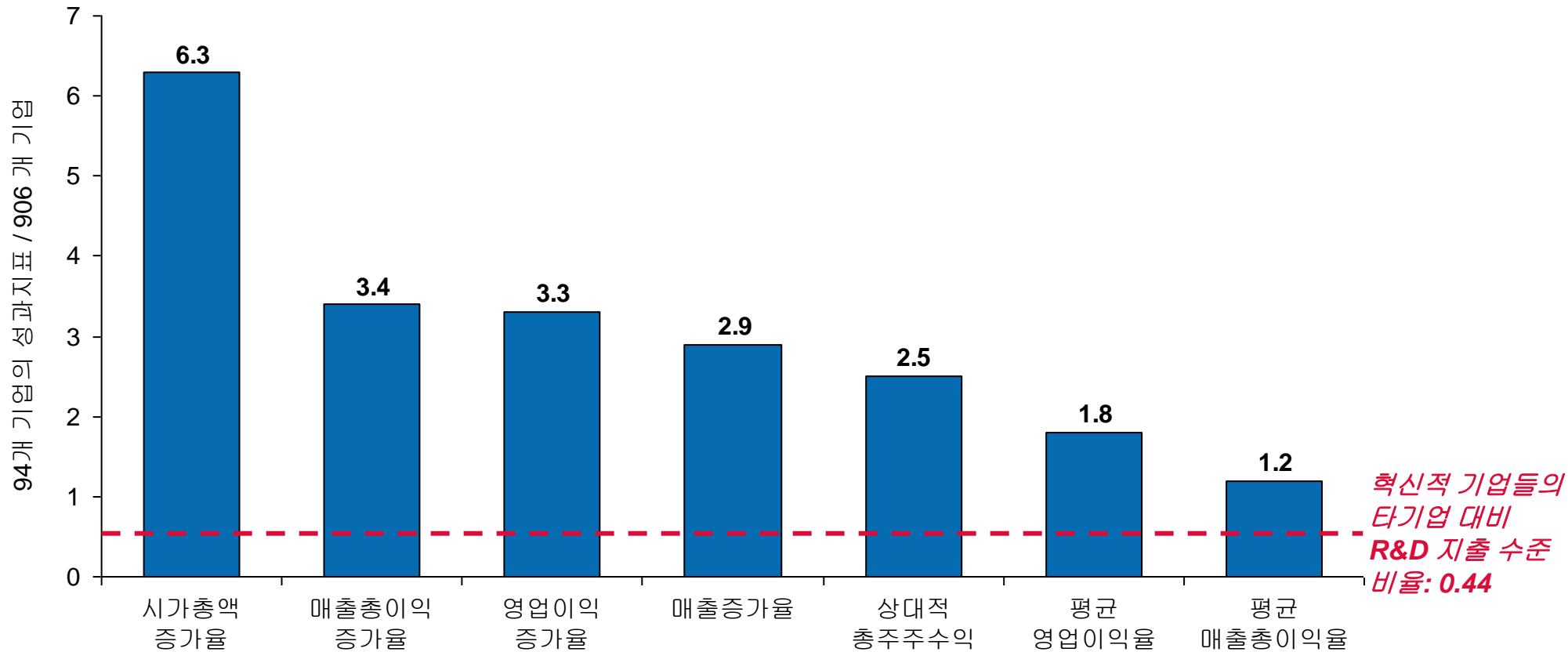
약 1만개의 사례를 분석한 결과, R&D지출과 다음 지표들간의 통계적 상관관계는 전혀 없었음:

- 매출증가율
- 매출총이익 증가율
- 영업이익 증가율
- 영업이익
- 순이익 증가율
- 순이익
- 시가총액 증가율
- 총 주주 수익

출처: Booz & Company The Global Innovation 1000

그러나, 혁신적인 기업들은 타 기업 대비 절반수준의 R&D 비용을 지출함에도 불구하고, 2-3배 높은 성과를 보이고 있음

성공적 혁신기업들의 기타 기업 대비 성과 지표 비율



출처: Booz & Company The Global Innovation 1000

# 성공적인 혁신기업들은 효과적으로 혁신가치사슬을 통합하고 가치사슬 전반에 걸쳐 Best Practice를 실현하고 있음

## 혁신가치사슬



### Best Practices 예시

- |  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 명확한 혁신 전략 및 기업역량 집중</li> <li>▪ 높은 고객 이해도 및 강력한 고객 피드백 청취 메커니즘</li> <li>▪ 명확한 Leader / Follower 전략</li> <li>▪ 고객 통찰력 및 트렌드 분석 역량</li> <li>▪ 외부의 아이디어 수용 및 확장 역량</li> <li>▪ 아이디어 창출을 독려하기 위한 인센티브 제공</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 대형 프로젝트 위주의 접근 지양</li> <li>▪ 고객 중심의 점진적 개선</li> <li>▪ 획기적인 돌파구/ 핵심 연구결과/ 기술의 도입</li> <li>▪ 전반적인 전략과 연계된 프로젝트 선정</li> <li>▪ 명확한 지배구조 및 의사결정 체계</li> <li>▪ 가치를 파악하고 측정하기 위한 효과적인 툴 마련</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 엄격하고 효과적인 Stage/ Gate 프로세스</li> <li>▪ 병목(Bottleneck)과 “정체” 제거</li> <li>▪ 제품 디자인에 고객 요구사항을 효과적으로 반영</li> <li>▪ “어려운” 의사결정을 수반한 명확한 Metrics 지원</li> <li>▪ 효과적인 프로젝트/ 자원 관리</li> <li>▪ 효율적인 R&amp;D Machine – 단기간에 저비용 고품질</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 기능조직 간 협업</li> <li>▪ 영업과 마케팅 역량</li> <li>▪ 강력한 Market Sensing 역량 – 고객, 경쟁</li> <li>▪ 탄탄한 투자 계획</li> <li>▪ End-to-end 제품 수명주기 관리</li> </ul> |
|--|---|---|---|

출처: Booz & Company The Global Innovation 1000

---

MK-Booz 지식혁신대상 소개  
다가온 지식기반혁신 시대  
혁신기업의 대표유형  
혁신기업 평가방안 및 시장분야

# 혁신 기업의 유형은 전략에 따라 고객 니즈 추구형, 시장 동향 파악형, 기술 추구형의 3가지로 나누어짐

**고객 니즈 추구형 (NEED SEEKER)**

- 고객과의 지속적인 소통을 중요시하여 엔지니어와 마케팅 상품 매니저를 주기적으로 건설 현장에 보내어, 건설 부문의 동향을 파악하고 자사 상품에 대한 시사점을 분석함

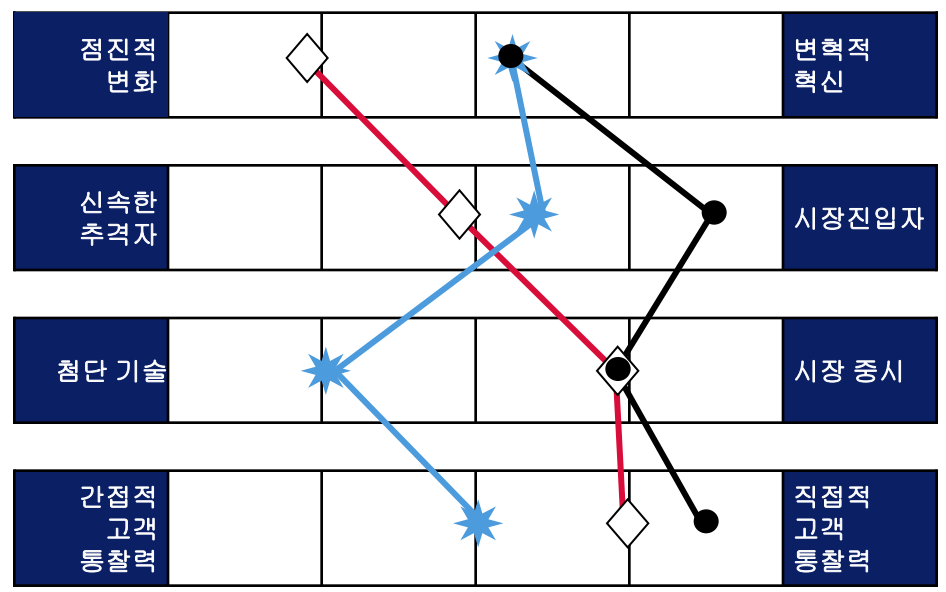
**시장 동향 파악형 (MARKET READER)**

- 기술 및 사용자 동향을 파악하고, 기업 고객과의 전략적 제휴를 통해 고객의 동향을 수집함
- 성공적으로 시장에 제품을 출시하기 위해, 모든 혁신 프로젝트에 엄격한 평가 프로세스 체계 확립함

**기술 추구형 (TECHNOLOGY DRIVER)**

- 기술 추구형 기업으로서, 고객의 니즈를 반영한 창의적인 상품 설계에 중점을 둠
- 지멘스의 경우, 고객이 아직 인지하지 못하는 니즈들이 중장기적으로 어떻게 발현될 것인지를 미리 예측하여 대응함

**혁신기업들의 전략**  
전략적 요소들에 대한 상대적인 포지셔닝

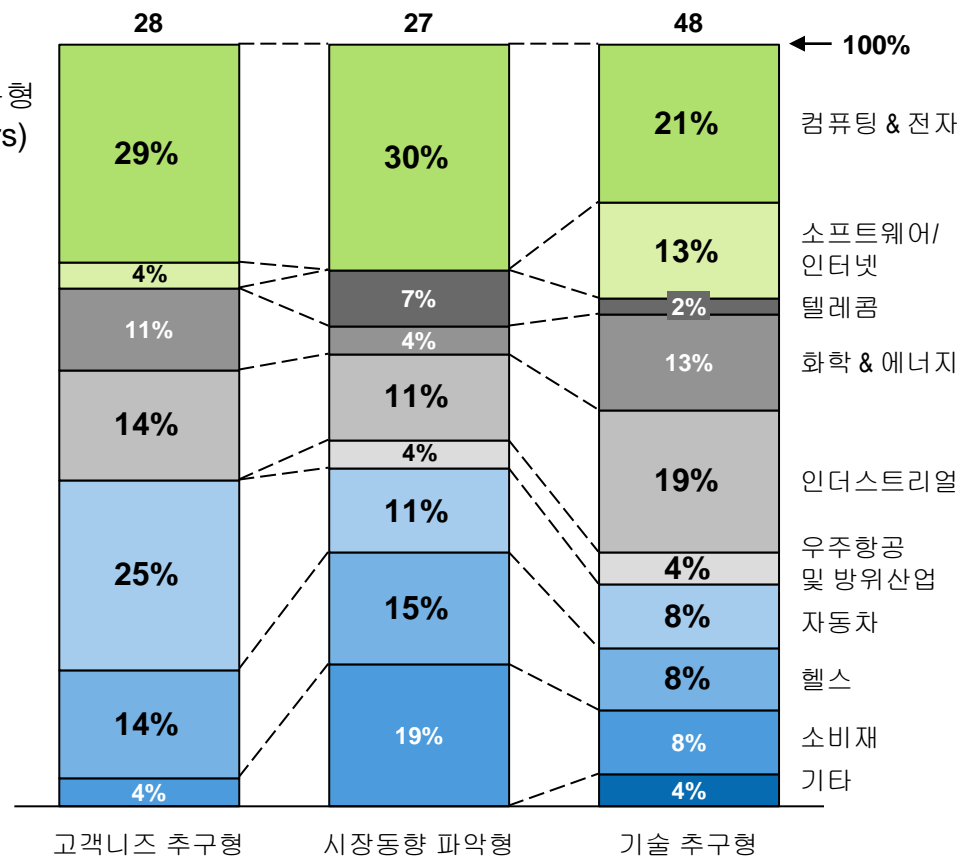
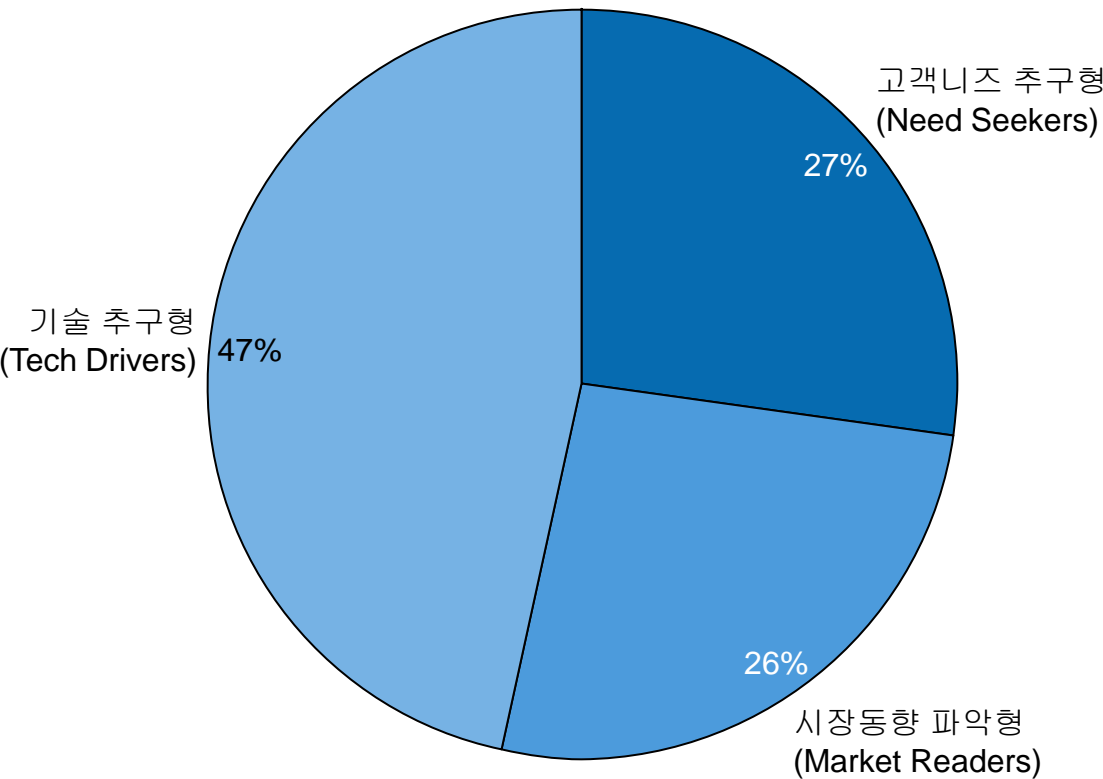


● 고객니즈추구형 ◇ 시장동향파악형 ★ 기술추구형

# 산업별 혹은 전체 산업 내 지배적 전략이 존재하지는 않으나, 기술 추구형 전략이 가장 다수를 차지함

기업전략의 유형별 분포  
글로벌 혁신 1000 내 기업들의 전략 유형별 비중

전략 유형별 산업 분포  
2010 글로벌 혁신 1000 서베이

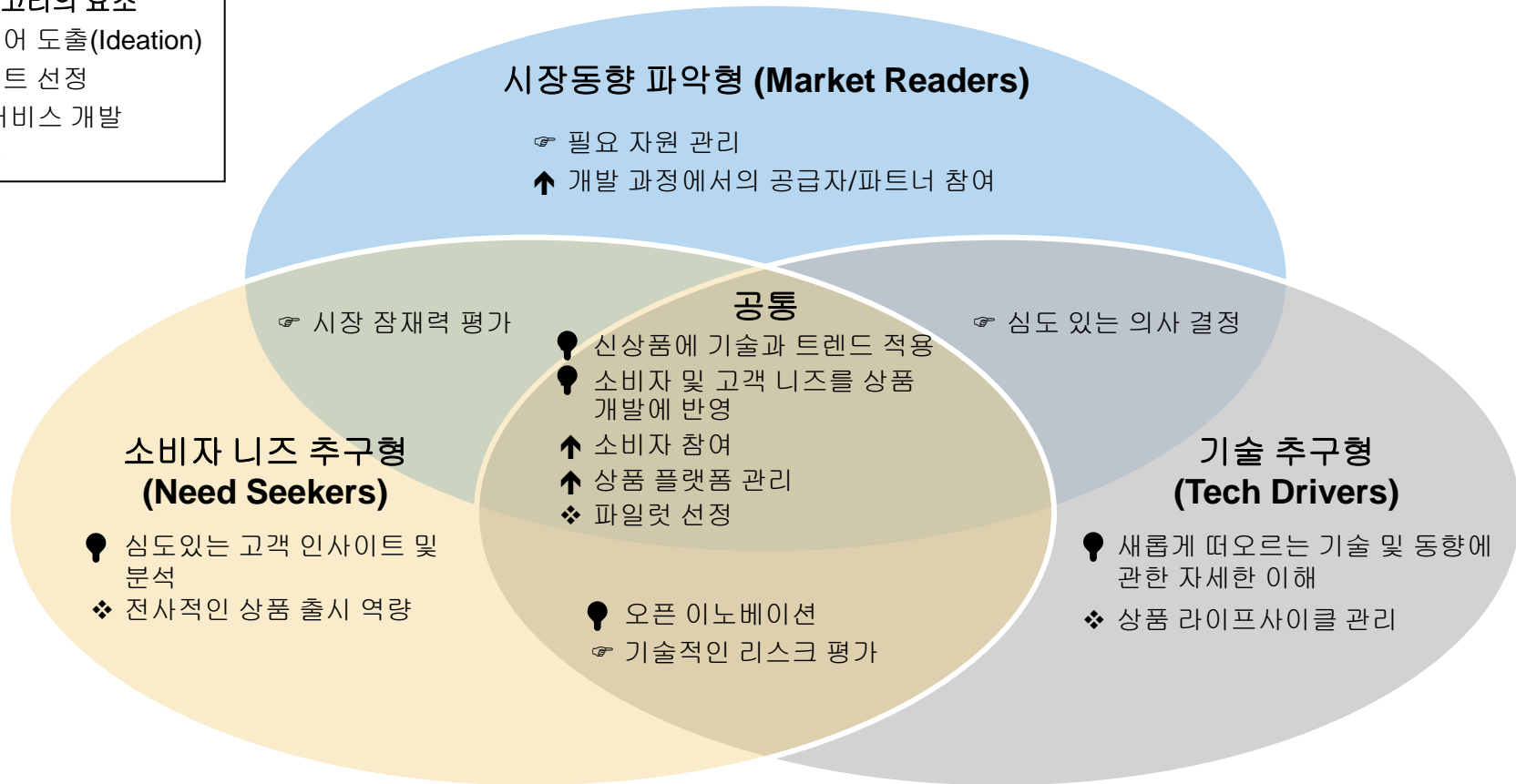


출처: Bloomberg data; 2010 Booz & Company Innovation 1000 survey

# 성공적으로 혁신한 모든 기업들이 보유한 공통 역량 기반 이외에 각 유형별 차별화된 역량이 존재함

상위 25%기업들이 정의한 각 전략에서의 핵심 역량

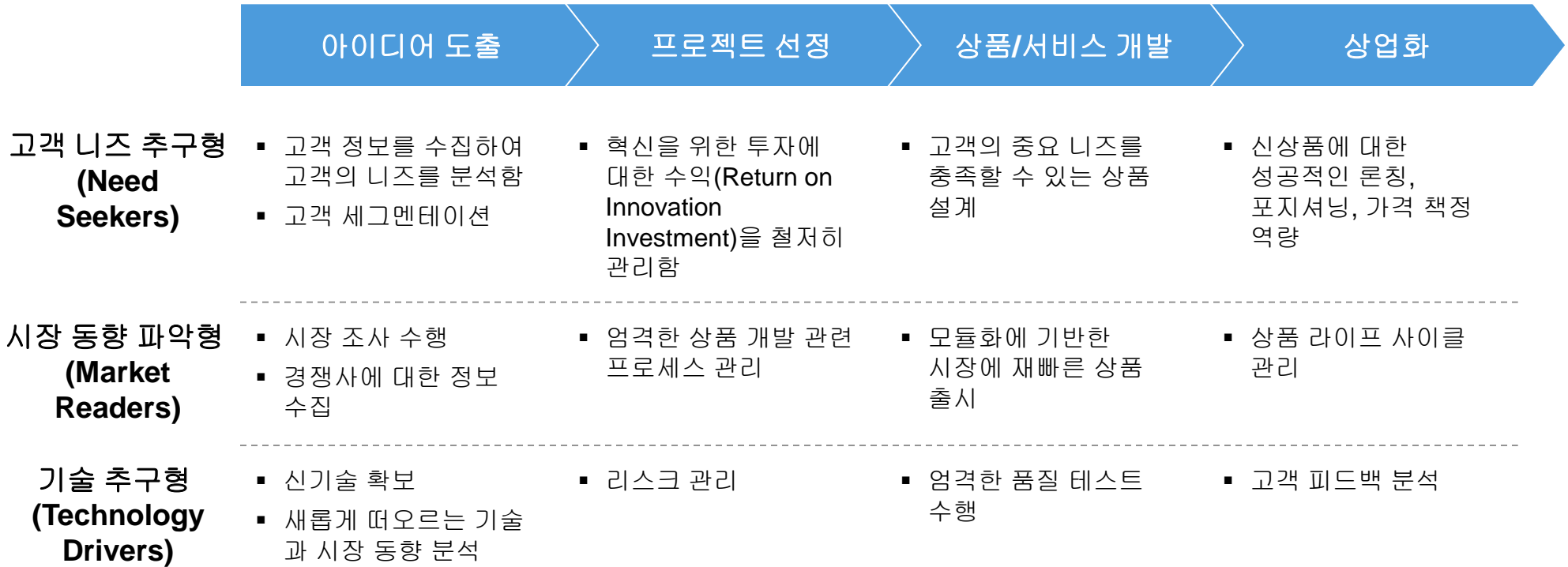
- 역량 카테고리의 요소
- 💡 아이디어 도출(Ideation)
  - 👉 프로젝트 선정
  - ⬆️ 상품/서비스 개발
  - ❖ 상업화



출처: Bloomberg data; 2010 Booz & Company Innovation 1000 survey

# 기업의 혁신 전략에 따라 혁신 가치사슬상 가장 중요한 필요 역량이 결정됨

## 혁신의 가치 사슬 (Innovation Value Chain)

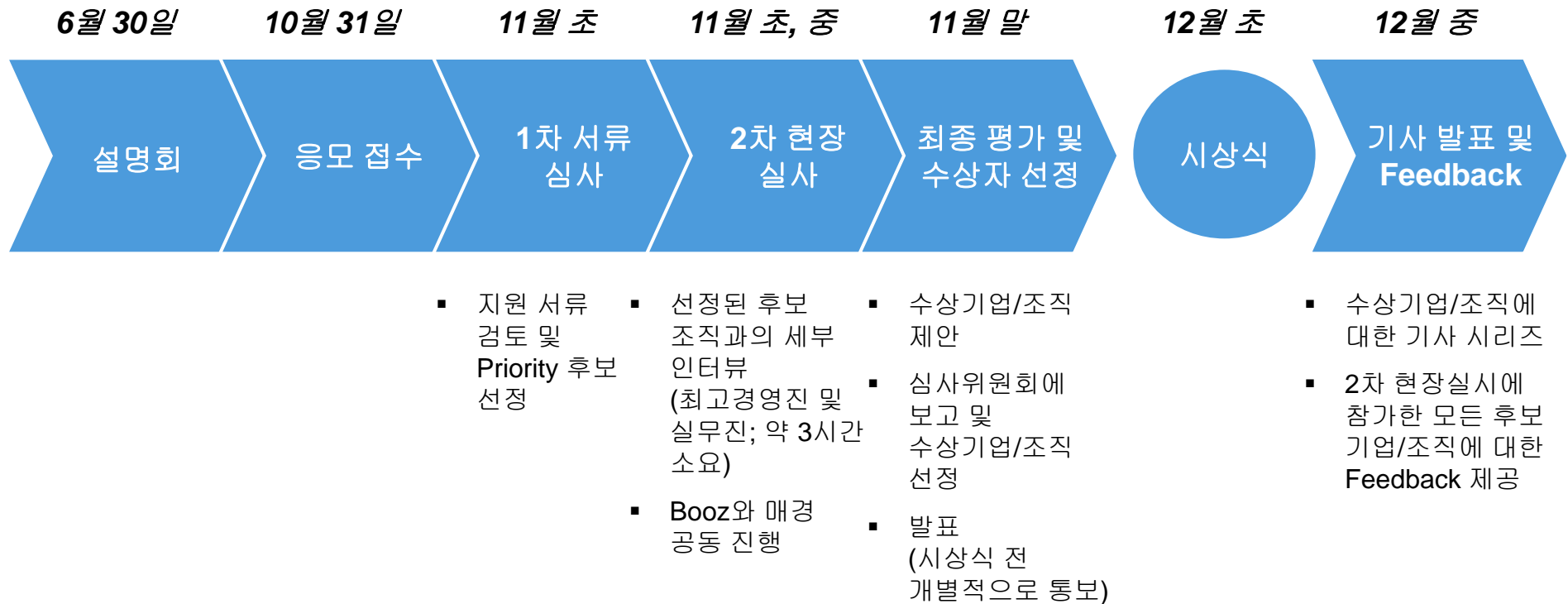


고객 인사이트 수집과 상품 포트폴리오 관리는 혁신 전략과 관계없이 모든 기업에 요구되는 역량임

---

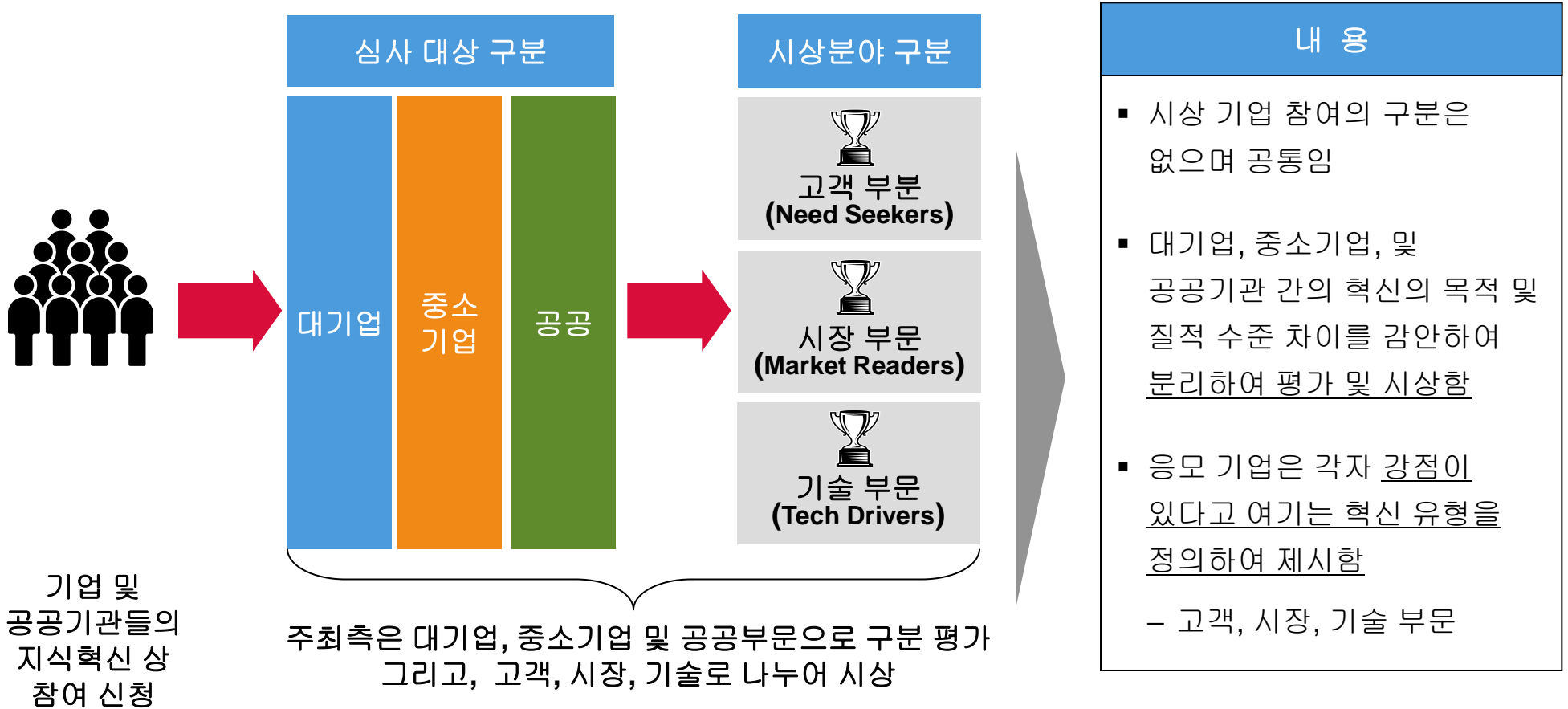
MK-Booz 지식혁신대상 소개  
다가온 지식기반혁신 시대  
혁신기업의 대표유형  
혁신기업 평가방안 및 시장분야

# 접수, 평가, 시상 프로세스 Overview



# 기업들은 일괄로 지식혁신상 심사에 참여하고 매경과 Booz는 대기업, 중소기업 및 공공 부분으로 나누어 평가를 수행함

지식혁신상 참여 및 심사 절차



# 기업들은 고객, 시장 및 기술의 세가지 구분으로 시장 희망 분야를 정의해서 지식혁신상에 참여할 수 있음

## 지식혁신상 시장 분야

	정의	성공사례
<b>소비자 니즈 추구형 (Need-seeker)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>경쟁사보다 앞서 소비자의 니즈 및 욕구를 파악하고 상품화하여 시장에 출시하는 전략</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>닌텐도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>소비자의 놀이 방식에 대한 관찰과 사회적으로 건강 및 스포츠에 대한 관심 증대 트렌드를 고려하여 'Wii'를 출시함</li> </ul> </li> <li>블랙앤드데커                             <ul style="list-style-type: none"> <li>연구원들이 건설 프로젝트에 참여, 건설 작업자들의 니즈를 직접 파악하여 대표 상품인 '12인치 절단기'를 출시함</li> </ul> </li> </ul>
<b>시장 동향 파악형 (Market-reader)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장 선도기업을 추종하면서 기존 상품을 개선하여 차별화하는 전략</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>플랜트로닉스                             <ul style="list-style-type: none"> <li>개인용 헤드셋 시장에서의 고객 취향 변화 및 기술 발전의 속도가 점점 빨라지는 <b>Challenge</b>를 빠르게 파악함</li> <li>이에 대응하기 위해 기업 IT 담당자들을 대상으로 설문조사를 수행하여 '통합 매체 플랫폼에 필요한 헤드셋'을 개발함</li> </ul> </li> <li>비스테온                             <ul style="list-style-type: none"> <li>평면 TV가 보편화되는 변화에 착안, '자동차의 아날로그 계기판을 대체하는 <b>Digital Display</b>'를 최초로 출시함</li> </ul> </li> </ul>
<b>기술 추구형 (Technology-driver)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기술 혁신에 집중해 소비자 니즈를 만족시킬 혁신적 제품 개발 전략</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지멘스                             <ul style="list-style-type: none"> <li>전사 차원의 '지멘스 전사 기술팀' 운영 및 이를 고객의 니즈와 균형있게 발전시키는 사업부 단위의 노력의 결함</li> <li>이를 통해 혁신 사업 포트폴리오를 전통적 의료기기에서 의료 정밀검사 기술 영역까지 확장하였음</li> </ul> </li> </ul>

# 지식 혁신 상은 내부 평가를 통해서 시상분야를 고객, 시장, 기술로 구분하고, 상의 등급을 대상, 우수상, 혁신상의 3단계로 구분함

## 지식혁신상 시상 등급

대상	 지식혁신 大賞									<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대기업, 중소기업, 공공부분의 참가자 중 1개 기업을 선발함</li> <li>• 참여 기업들 중 대상의 수준을 만족시키는 후보가 없는 경우, 수여하지 않을 수 있음</li> </ul>
우수상	 고객 부분 우수상 (Need Seekers)			 시장 부문 우수상 (Market Readers)			 기술 부문 우수상 (Tech Drivers)			
혁신상	 고객 부분 혁신상 (Need Seekers)			 시장 부문 혁신상 (Market Readers)			 기술 부문 혁신상 (Tech Drivers)			
참여 기업 구분	대기업 부문    중소기업 부문    공공 부문			대기업 부문    중소기업 부문    공공 부문			대기업 부문    중소기업 부문    공공 부문			

# 참여 기업들의 지식혁신 수준은 혁신 전략, 혁신 활동 Mechanism 및 혁신 활동 성과 측면에서 평가함

## 지식 혁신 수준 평가 방안 (Innovation Measurement)

### 시장 희망 분야

- 참여 기업 및 기관들은 시장 희망 분야를 명시
  - 고객, 시장, 기술 부문에서 1개를 선택
  - 특이 사항이 없으면 주최측이 임의 선정함

### 혁신 역량의 정의와 기업 전략과의 관계

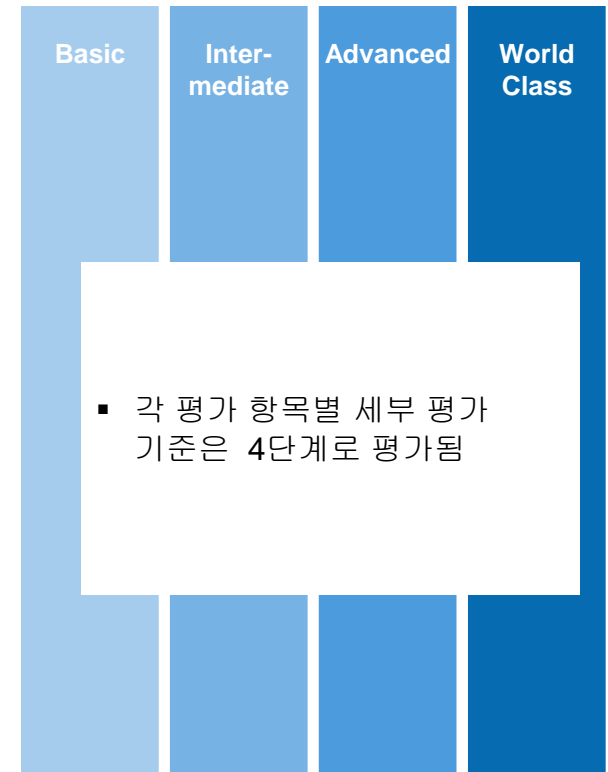
- 비전 달성을 위해 요구되는 혁신 역량 (Critical Innovation Capabilities) 의 정의
- 목표 수준 대비 자사 핵심 혁신 역량의 명확한 진단 (경쟁사 및 시장과의 GAP)
- 기업 전략과 혁신 역량과의 명확한 관계

### 효율적인 혁신 추진을 위한 Mechanism

- 혁신 활동 Value Chain의 각 단계에서 요구되는 혁신 활동 수준 (고객, 시장, 기술 유형 별 별도 평가)
  - 아이디어 개발, 프로젝트 선정, 상품/서비스 개발, 사업화
- 조직 및 마인드 변화

### 혁신 활동에 의한 성과창출

- 혁신 성과 지표의 타당성
- 혁신 활동에 의한 성과 창출 문화 확산 수준
- 정량적 성과 창출 수준



# 지식 혁신 수준 평가 방안 상세

	평가 항목	세부 평가 내용
<p>혁신 역량의 정의와 기업 전략과의 관계</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>비전 달성을 위해 요구되는 혁신 역량 (Critical Innovation Capabilities) 정의 수준</li> <li>목표 수준 대비 자사 혁신 역량의 진단 수준</li> <li>기업 전략과 혁신 역량과의 연계성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업 비전 달성을 위한 역량 및 혁신 역량을 정의하고 있는가?</li> <li>혁신 역량의 중요도/우선순위에 대해 충분히 이해하고 있는가?</li> <li>정의된 혁신 역량들이 기업 비전 달성에 기여하는가?</li> <li>경쟁사/시장 대비 역량의 Gap을 정성/정량적으로 파악했는가?</li> <li>차별화된 기업 전략과 이와 연계된 혁신 역량을 추구하는가?</li> </ul>
<p>효과적인 혁신 추진을 위한 Mechanism</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>혁신 활동 Value Chain의 각 단계에서 요구되는 혁신 활동 수준                             <ul style="list-style-type: none"> <li>아이디어 개발</li> <li>프로젝트 선정</li> <li>상품/서비스 개발</li> <li>사업화</li> </ul> </li> <li>조직 및 마인드 변화 수준</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>아이디어 개발: 고객 Insight 조사 및 고객 니즈 분석은 어떻게 하는가? 시장정보, 경쟁사정보, 신기술 동향 정보는 어떻게 취득하는가?</li> <li>프로젝트 선정: 혁신 ROI, 프로세스, 리스크에 대한 관리는 어떻게 하는가?</li> <li>상품/서비스 개발: 고객의 니즈를 기반으로 상품출시를 하는가? 모듈성과 단순성을 강조한 상품이 빠르게 출시되는가? 품질관리는 어떻게 하는가?</li> <li>사업화: 신상품/서비스의 출시, 포지셔닝, 가격체계수립을 효과적으로 하는가? 상품 라이프 사이클 관리는 어떻게 하는가? 고객의 소리는 어떻게 반영되는가?</li> <li>조직 및 마인드: 혁신의 중요성을 인지하고 조직적으로 추진하고 있는가?</li> </ul>
<p>혁신 활동에 의한 성과창출</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>혁신 성과 지표의 타당성</li> <li>혁신 활동에 의한 성과 창출 문화 확산 수준</li> <li>정량적 성과 창출 수준</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장 및 현재/목표 수준을 고려하여 성과 지표를 선정했는가?</li> <li>목표 수준 달성을 위한 활동과 예상 효과가 정의되었는가?</li> <li>혁신 활동에 대한 구성원 동기부여 수준이 어떠한가?</li> <li>혁신 활동의 성과가 미치는 파급력이 어떠한가?</li> </ul>

# 지원 제출 자료: 50페이지 이내

## I. 조직의 소개

- 회사/조직의 Background (제품/서비스, 전략, 시장 Position, 조직, 재무 성과)
- Specific 부문 (Division) 혹은 기능 (Function)의 Background (부문 적용이 가능할 경우)

10- 20 페이지

## II. 혁신 역량의 정의와 기업 전략과의 관계

- 비전 달성을 위해 요구되는 혁신 역량 (Critical Innovation Capabilities) 정의 수준
- 목표 수준 대비 자사 혁신 역량의 진단 수준
- 기업 전략과 혁신 역량과의 연계성

5- 10 페이지

## III. 효과적인 혁신 추진을 위한 Mechanism

- 혁신 활동 Value Chain의 각 단계 에서 요구되는 혁신 활동 수준
  - 아이디어 개발, 프로젝트 선정, 상품/서비스 개발, 사업화
- 조직 및 마인드 변화 수준

5-10 페이지

## IV. 혁신 활동에 의한 성과창출

- 혁신 성과 지표의 타당성
- 혁신 활동에 의한 성과 창출 문화 확산 수준
- 정량적 성과 창출 수준

5-10 페이지

---

Q & A