

# SONY

## Leading Innovation Programme



### Case study

Sony Corporation to japońska międzynarodowa korporacja konglomeratowa z siedzibą w Tokio. Jest światowym liderem w produkcji elektroniki, gier i rozrywki.

### Kontekst

Leading Innovation to specjalnie zaprojektowana podróż rozwojowa dla zróżnicowanej grupy Senior Leaders i szefów działów Sony z całej Europy.

Program rozwija Senior Leaders w kierunku utrzymania Sony na wiodącej pozycji na rynku elektroniki. Aby zachować konkurencyjność Sony zidentyfikowało potrzebę rozwijania umiejętności przywódczych, w tym; umiejętności kwestionowania *status quo*, akceptowania ciągłych zmian oraz utrzymywania wysokiego poziomu ciekawości i dostrzegania możliwości w obliczu nowych wyzwań.

Rozwiązanie blended-learning przyniosło natychmiastowe zmiany w kulturze przywództwa i podejściu do innowacji, które już przyniosły Sony wymierne rezultaty.

### Cel

Program miał na celu rozwój innowacyjności i zdolności przywódczych kluczowych europejskich talentów z różnych działów Sony, w tym sprzedaży, marketingu, inżynierii i centralnych funkcji wsparcia.

Najważniejsze cele dla uczestników to:

- Pogłębienie wiedzy o tym, co znaczy przewodzić innowacjom w Sony
- Inspiracja narzędziami, sposobem myślenia i kulturami, które skłoniły do innowacji innych
- Rozwój i praktyczne ćwiczenie nowych umiejętności, aby rzucać wyzwania obowiązującym normom
- Rozwój ciekawości i dostrzegania możliwości w obliczu zmian i zakłóceń
- Współtworzenie konkretnych biznesowych projektów innowacyjnych

### Rozwiązanie

Rozwiązanie zaprojektowano tak, aby łączyło moduły face2face i wirtualne, a narzędziem pośredniczącym i wspierającym cały proces była aplikacja do wirtualnej nauki przez doświadczenie Impact *air*™. Metodologia obejmowała wirtualny coaching, sesje grupowe, projekt innowacyjny oraz In Market Journey.

- **Moduł 1** – trzydniowa sesja wokół innowacji, sposobu myślenia i przekonań. Uczestnicy rozpoczęli innowacyjne projekty biznesowe i wzięli udział w In Market Journey m.in. z Google i ING.
- **Wirtualne uczenie się** – seria *air*™ dropów i dwa webinaria skupiające się na zwinnym uczeniu się i pokonywaniu barier (tematy wybrane w ankiecie przez uczestników) wspierające ciągły rozwój umiejętności. Cotygodniowe dropy *air*™ z dostosowaną do zmieniającego się kontekstu biznesowego treścią, zapewniające elastyczność i odpowiadające na zmieniające się potrzeby grupy.
- **Moduł 2** – dwudniowy moduł f2. Uczestnicy prezentowali wyniki swoich projektów współpracownikom i dyrektorom oraz wspólnie opracowali strategię zmian Sony.

### Rezultaty

**91%** uczestników zastosowało w swojej pracy wnioski z modułu Leading Innovation.

**73%** uczestników zrewidowało swoje zasady i zachowania, aby prowokować zmiany, usprawnić procesy i sposoby pracy.

Uczestnicy zmienili postawę z „*możemy wprowadzać innowację tylko wtedy, gdy nam powiedziano z góry*”, do spojrzenia na siebie i współpracowników jako innowacyjnych agentów zmiany, którzy mogą pozytywnie i wymiernie wpłynąć na biznes.

**„Widzę prawdziwe korzyści w zakresie efektywności operacyjnej biznesu. Mamy wiele naprawdę dobrych przykładów, posunięcia naprzód istniejących projektów, lub rozpoczęcia nowych”.**

**Christopher Williams**  
Strategic Content Manager

**„Wprowadziliśmy zmiany w działach. Zmieniliśmy nie tylko strukturę zespołów, ale także sposób, w jaki współpracujemy z naszymi klientami i rynkiem”.**

**Stuart Almond**  
Head of Intelligent Media Services