

Organizację innowacyjną charakteryzują:

- zdolności tworzenia innowacji, ich stałe wdrażanie w jej działalności wewnętrznej, sprzedawanie rozwiązań innowacyjnych (zwłaszcza nowych produktów) na rynku,
- kreatywność, umiejętności twórcze, naśladowcze personelu w trakcie opracowywania, stosowania innowacji,
- budowanie i efektywne wykorzystywanie innowacyjnego potencjału organizacji, opartego o jej kluczowe kompetencje, w celu utrzymania pozycji konkurencyjnej na rynku,
- umiejętność pozyskiwania z zewnątrz, gromadzenia, wykorzystywania, rozwijania wiedzy w procesach innowacji,

- chłonność wiedzy, otwartość na nowe koncepcje, pomysły na innowacje, wynalazki, rozwiązania naukowo-techniczne,
- tworzenie dostępu do wiedzy na temat wyników badań podstawowych i stosowanych,
- rozwój kompetencji personelu oraz systemu motywacyjnego, który aktywizuje przedsiębiorczość, kreatywność i innowacyjność pracowników,
- integrowanie w obszarze sieci działań personelu jednostek B+R (wewnątrz, spoza firmy), produkcyjnych, marketingowych, finansowych w dziedzinie innowacji,

- prowadzenie prac B+R, w tym współpracowanie z instytucjami B+R, bądź dokonywanie zakupów projektów nowych produktów, rozwiązań technicznych, technologicznych, w obszarze zarządzania i ich stosowanie w działalności organizacji,
- kształtowanie efektywnej współpracy z partnerami, klientami podczas realizacji czynności procesów innowacji (wewnątrz organizacji - w ramach zespołów pracowników, na zewnątrz organizacji – z innymi firmami w ramach klastrów, za pośrednictwem parków naukowo-technologicznych, z uczelniami, jednostkami B+R, laboratoriami, instytucjami pośredniczącymi w finansowaniu, transferze innowacji, z władzami lokalnymi, regionalnymi, z uczestnikami otwartych platform innowacji),

- posiadanie zespołu twórców – innowatorów, specjalistów gwarantujących wysoki poziom innowacyjności firmy lub współpracowanie z ekspertami z zewnątrz,
- utrzymywanie więzi z klientami celem poznawania ich potrzeb, oczekiwań uwzględnianych w działalności i ofercie organizacji,
- kształtowanie kultury innowacyjnej wśród pracowników,
- finansowanie innowacji, także z wykorzystaniem zewnętrznych źródeł ich finansowania (w tym korzystanie z funduszy UE).

Wprowadzanie innowacji w firmie powinno być realizowane w sposób przemyślany, zgodnie ze strategią.

Rodzaje strategii innowacyjnych

- **ofensywna** – polega na tworzeniu w firmie sprzyjających warunków do opracowania i wdrażania innowacji;
- **defensywna** – wprowadzanie w firmie lub na rynek rozwiązań innowacyjnych, które powstały w wyniku naśladownictwa innowacji, opracowanych przez konkurentów - sprowadza się do obniżania kosztów produkcji/usług;
- **zakup licencji** (gotowych rozwiązań innowacyjnych, wymyślonych i opracowanych przez innych) – zapewnia oszczędności w prowadzeniu własnych prac B+R;

- **pozyskiwanie specjalistów** – w celu zdobywania wiedzy nt. innowacji (zamiast inwestowania we własne prace B+R lub zakup licencji);
- **pozyskiwania firm** - wiedzy nt. nowych rozwiązań stosowanych przez inne firmy - w wyniku ich przejęcia lub połączenia z nimi (fuzje), współpracy w aliansie strategicznym, w sieci - w trakcie realizacji procesów innowacji;
- **kreowania rynku** – wiąże się z tworzeniem nowych rynków dla innowacji produktowych;
- **niezależna** – polega na unowocześnianiu istniejących produktów i zwiększaniu ich udziałów w rynku;
- **zdobywania niszy** – analizowanie mocnych i słabych stron konkurentów (liderów rynku) i wyszukiwanie luk rynkowych, aby uniknąć bezpośredniej konfrontacji z konkurentami.