

Summary Sheet

What's Innovation

Innovation: The process of translating an idea or invention into a good or service that creates value or for which customers will pay.

Technological Innovation: Is doing something that creates value with technology Ex: Wireless charging , crypto currencies , chatbots

Innovation Management: Is the systematic promotion of innovations in organizations and includes tasks of planning, organization, management and control. Ex: Future management, Dealing with patents and protective rights.

Invention vs. Innovation

Invention: Is the creation of a product or introduction of a process for the first time. The focus is not on commercial value or economic reward but rather on **novelty**

Innovation Is a process of improving on or making a significant contribution to something that has already been invented to solve a specific problem or challenge and results in **commercial value**

What causes innovation to fail

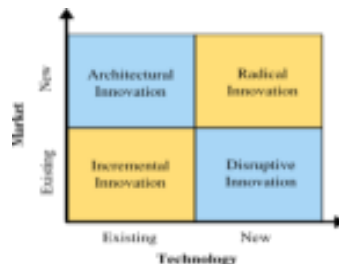
- Our short-term mindset rules
- We cannot change our habits
- We fear failure
- Our innovation process is chaos
- Customers reject our new products and services

The Importance of Innovation

- Grow in Leaps and Bounds
- Stand Out from Competitors
- Meet Customer Needs
- Attract the Best Talent

Types of innovation

- Incremental Innovation
- Disruptive Innovation
- Architectural Innovation
- Radical innovation



7 Sources of Innovation

- The Unexpected
- The Incongruity
- Process Need
- Industry and Market Structure Change
- Demographics
- Changes in Perception, Meaning, and Mood
- New Knowledge



Gartner Hype Cycle

- Innovation Trigger
- Peak of Inflated Expectations
- Trough of Disillusionment
- Slope of Enlightenment
- Plateau of Productivity



Hedgehog concept flows from deep understanding about the intersection of three circles:

- what you are deeply passionate about
- what you can be the best in the world at
- what best drives your economic or resource engine

مفهوم ال Hedgehog ينبع من فهم جيد لتلك الثلاث دوائر:

- ما أنت شغوف به
- ما يمكنك أن تكون الأفضل فيه في العالم فيه
- ما هو العنصر الذي قد يكون المحرك الاقتصادي او ما قد يدر المال

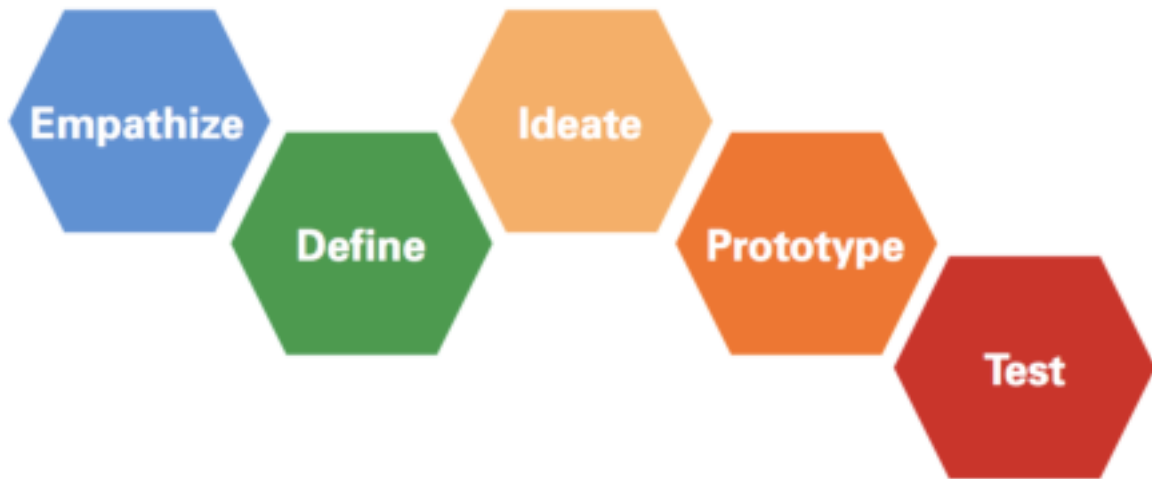


Design thinking is a non-linear, iterative process which seeks to understand users, challenge assumptions, redefine problems and create innovative solutions to prototype and test. The method consists of 5 phases:

- **Empathize**—research your users' needs
- **Define**—state your users' needs and problems
- **Ideate**—challenge assumptions and create ideas
- **Prototype**—start to create solutions
- **Test**—try your solutions out

Design thinking هو نهج محوره المستخدم لحل المشكلات و توليد الأفكار الجديدة. تتمحور مراحل الخمس حول تنمية التعاطف العميق مع الأشخاص الذين تصمم لهم؛ توليد الأفكار؛ بناء مجموعة من النماذج الأولية؛ مشاركة ما قمت به مع الأشخاص الذين تقوم بتصميمهم لغرض الاختبار.

- المرحلة الأولى: التعاطف - ابحث عن احتياجات المستخدمين
- المرحلة الثانية: التعريف - اذكر احتياجات المستخدمين ومشكلاتهم
- المرحلة الثالثة: الفكرة - تحدي الافتراضات وخلق الأفكار
- المرحلة الرابعة: النموذج الأولي - ابدأ في تنفيذ الحلول
- المرحلة الخامسة: الاختبار - جرب الحلول المقترحة



An **empathy map** is a collaborative tool that teams can use to better understand their customers. It consists of an image of the customer surrounded by six sections. These sections are:

1. Think and feel.
2. Say and do.
3. See.
4. Pain.
5. Hear.
6. Gain.

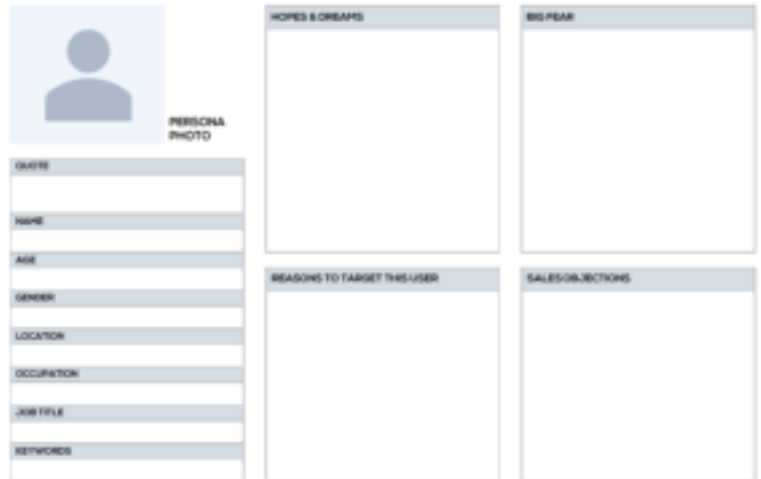
إن ال Empathy map هي أداة تعاونية يمكن للفرق استخدامها لفهم عملائها بشكل أفضل. يتكون من صورة للعميل محاطة بستة أقسام. هذه الأقسام هي:



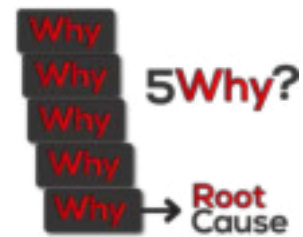
- يفكر ويشعر: ما يهم المستخدم؟ ما يشغل تفكيره؟ ما هي مخاوفه وطموحاته؟
- يسمع: ما الذي يقوله الأصدقاء والعائلة وغيرهم من المؤثرين الذين يؤثرون في تفكيره؟
- يرى: ما الأشياء في بيئته التي تؤثر عليه؟ من هم المنافسين الذي يتعامل معهم؟
- يقول و يفعل: ماذا يفعل و ما هي ردود افعاله عادة؟ كيف تغير سلوكه؟
- مخاوف: ما هي المخاوف والإحباطات والعقبات التي يواجهها؟
- مكاسب: ما الذي يأمل أن يحصل عليه؟ كيف يبدو النجاح بالنسبة له؟

The elements in a **User Persona**:

- Photo
- Name
- Demographics
- Keywords.
- Introduction
- Quote
- Hopes & Dreams
- Big Fear
- Reasons To Target This User
- Sales Objectives



“**Five whys**” is an iterative interrogative technique used to explore the root cause of a defect or problem by repeating the question "Why?" each answer forms the basis of the next question.



Five Whys هي تقنية تستخدم لاستكشاف السبب الجذري لخلل أو مشكلة من خلال تكرار السؤال "لماذا؟" كل إجابة تشكل أساس السؤال التالي.

Actionable POV

[User . . . (descriptive)] **needs** [need . . . (verb)] **because** [insight. . . (Compelling)]

User (وصف)	Needs (فعل)	Supporting Insight (مقنع)
• • • •	• • • •	• • • •

SCAMPER technique provides 7 practical tools to generate new ideas or modify old ones in a creative way of ideas' crystallization. SCAMPER is a mnemonic that stands for:

توفر تقنية SCAMPER سبعة أدوات عملية لتوليد أفكار جديدة أو تعديل الأفكار القديمة بطريقة إبداعية. تشير حروف كلمة SCAMPER إلى:

- Substitute - استبدل
- Combine - دمج
- Adapt - التكيف
- Modify - التعديل
- Put to another use - الاستخدام في شكل آخر
- Eliminate - الاستبعاد
- Reverse - عكس الاتجاه



The **WOW Effect** is about how to reach the wow factor in your ideas which is the intersection of three circles of is the idea desirable, viable and feasible?



ال WOW Effect و هو عبارة عن نقطة التداخل بين ثلاث دوائر: Desirable ما يرغب به العميل Viable ما هو قابل للتنفيذ feasible مدى جدوى الفكرة

Entrepreneurship is "The capacity and willingness to develop, organize and manage a business venture along with any of its risks in order to make a profit."

ريادة الأعمال هي "القدرة والرغبة في تطوير وتنظيم وإدارة مشروع الأعمال جنبًا إلى جنب مع أي من مخاطرها من أجل تحقيق ربح."

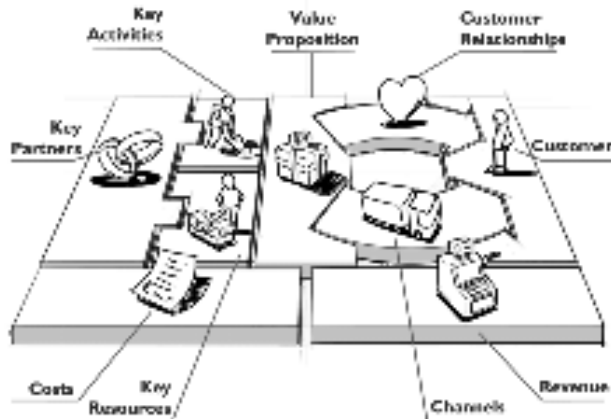
10 Essential Characteristics of Highly Successful Entrepreneurs

10 خصائص أساسية لرواد الأعمال الناجحين:

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| 6. Creative مبتكر | 6. Persuasive مقنع |
| 7. Passionate شغوف | 7. Flexible مرن |
| 8. Motivated متحمس | 8. Resourceful متعدد المصادر |
| 9. Optimistic متفائل | 9. Adventurous مغامر |
| 10. Future-oriented يركز على المستقبل | 10. Decisive محدد الرأي |

Business model Canvas is the visual representation of your business model main elements, it can best be described through **nine basic building blocks** that show the logic of how a company intends to make money. The nine blocks cover the four main areas of a business: customers, offer, infrastructure, and financial viability.

Business model Canvas هو نموذج بسيط يساعد على تخطيط المشروع التجاري يأتي كمرحلة ثانية بعد تحديد الفكرة الرئيسية للنشاط التجاري. يتكون النموذج من تسعة عناصر أساسية



Minimum viable product power is matched only by the amount of confusion that it causes, because it's actually quite hard to do.

- “Minimum” indicating build as little as possible so you don’t waste time or effort.
- “Viable” indicating that you need to build enough to make the experiment realistic enough that customers will believe they are responding to an authentic product experience.
- “Product” indicates a level of completeness or refinement in what is delivered to customers.



- يُطلق على أحد أهم التقنيات التي تُستخدم في "البداية النجيلة" لأي شركة ناشئة مصطلح "منتج الحد الأدنى القابل للتطبيق" MVP- Minimum (Viable Product). لا تتطابق قوة هذه التقنية مع شيء سوي في كمية الفوضى التي تسببها لأن، في الواقع، فعل ذلك صعب للغاية.
- يشير مصطلح "الحد الأدنى" إلى أنه يجب اعداد المنتج بأقل قدر ممكن من الموارد حتى لا يضيع الوقت أو الجهد.
 - يشير مصطلح "القابل للتطبيق" إلى أنه يجب انشاء المنتج بشكل يجعل التجربة واقعية بالقدر الذي يجعل العملاء يصدقون أنهم يختبرون تجربة لمنتج حقيقي.
 - يشير مصطلح "المنتج" إلى مستوى من الاكتمال أو التحسين فيما يتم تقديمه للعملاء.

Build-Measure-Learn is a framework for establishing – and continuously improving – the effectiveness of new products, services and ideas quickly and cost-effectively. In practice, the model involves a cycle of creating and testing hypotheses by building something small for potential customers to try, measuring their reactions, and learning from the results.



Build-Measure-Learn هو إطار عمل لفعالية المنتجات والخدمات والأفكار الجديدة - وتحسينها باستمرار - بسرعة وفعالية من حيث التكلفة. من الناحية العملية ، يتضمن النموذج دورة لإنشاء الفرضيات واختبارها من خلال إنشاء نموذج مصغر للعملاء المحتملين لمحاولة قياس ردود أفعالهم والتعلم من النتائج.

Income – Costs = Profit

Types of costs:

- Startup Costs:
- Fixed Costs:
- Variable Costs:

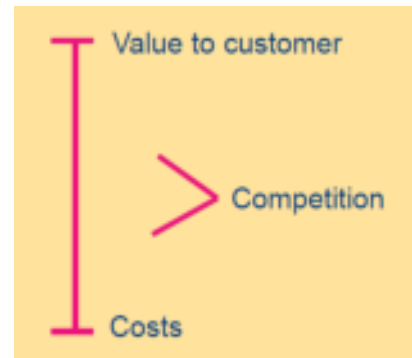
The breakeven point: is the production/selling level where revenues total equals total expenses.

You start to make a profit from the Break-even point:

$$\frac{\text{Fixed costs}}{\text{Price} - \text{Variable Costs}} = \text{Quantity}$$

To set a price you should know:

- 1- The product price in the market.
- 2- How much do you want to gain (profit margin).
- 3- What are your costs?
- 4- Set a reasonable price that covers the costs, fits the customer and makes a profit.



For **fundraising** here are there different sources you can approach: Angel investors, Venture Capital and Crowd funding

- **Angels invest** as an individual, or as part of a syndicate (a group of Angels), who invest capital into businesses, and occasionally provide experience and knowledge to help startups achieve success.
- **VCs** invest in startup ventures using funds raised by limited partners such as pension funds, endowments, and high net worth individuals. They also bring with them a significant amount of knowledge and experience to the companies they invest in.
- **Equity Crowdfunding** enables a group of investors (the ‘crowd’) to invest capital through an online platform, in exchange for equity. As opposed to a single investor, or a small group of investors, this form of fundraising can involve hundreds or thousands in a single raise.

The 10 advices for great entrepreneurs

- **Step 1:** Do something you are passionate about
- **Step 2:** Find the right team with the same values
- **Step 3:** Focus on ideas implementation rather than generation
- **Step 4:** Create a proper work environment
- **Step 5:** Learn from others' mistakes (don't reinvent the wheel)
- **Step 6:** Celebrate each small success
- **Step 7:** Do it your own speed
- **Step 8:** Focus on customers' feedback & suggestions
- **Step 9:** Use all the resources you have
- **Step 10:** Build a personal brand to be trusted

10 نصائح ختامية لرواد الأعمال:

- الخطوة 1: أعمل حاجة بتحبها بجد
- الخطوة 2: دَوّر دايمًا على الفريق المناسب اللي عنده نفس القيم و المبادئ
- الخطوة 3: ركز على تنفيذ الأفكار بدلًا من توليد الأفكار بس
- الخطوة 4: كوّن بيئة عمل مناسبة
- الخطوة 5: تعلم من أخطاء الآخرين (متعيدش اختراع العجلة)
- الخطوة 6: احتفل بكل نجاح صغير
- الخطوة 7: امشى بالسرعة المناسبة ليك
- الخطوة 8: ركز على ملاحظات العملاء واقتراحاتهم
- الخطوة 9: استخدم جميع الموارد اللي عندك
- الخطوة 10: اهم حاجة تركز فيها هي بناء علامة تجارية شخصية يمكن الوثوق بها