



Innovasjonsevne og digital transformasjon i norske bedrifter

Peder Inge Furseth

Innhold

Forord	5
Innledning	13
<i>Kapittel 1</i>	
Innovasjonsevne og digital transformasjon er viktig for bedrifter	19
1.1 Definisjoner av digital transformasjon	21
1.2 Eksempler på digital transformasjon	28
1.3 Den digitale transformasjonens omfang og betydning	34
<i>Kapittel 2</i>	
Forretningsmodellperspektiver på digital transformasjon	46
2.1 To klassiske forretningsmodellperspektiv: Doblin og Osterwalder	48
2.2 Behovet for et supplerende perspektiv: triangelmodellen	51
2.3 Sammenligning av de tre forretningsmodell-perspektivene	57
<i>Kapittel 3</i>	
Innovasjonsevne som forutsetning for digital transformasjon ...	61
3.1 Presentasjon av den komplette triangelmodellen	63
3.2 Et klassisk eksempel på at innovasjonsevne er viktig	68
3.3 Hvordan innovasjonsevne kan operasjonaliseres	70
3.4 Vurdering av intervjuene og metoden for datainnsamling	75
3.5 Perspektiv på innovasjon innen forskning om journalistikk	77

Kapittel 4

Aktuelle perspektiver på digital transformasjon	81
4.1 Perspektiver på digital transformasjon	83
4.2 Rollen digitale teknologier spiller for transformasjon av bransjer	87
4.3 Digital transformasjon handler mer om kultur enn teknologi ..	92

Kapittel 5

Innblikk i to konsern i norsk mediebransje	97
5.1 Digital mediebruk i Norge: noen observasjoner	98
5.2 Oversikt over mediekonsernene Amedia og Polaris Media	102

Kapittel 6

Innovasjonsevne og verdiskaping: fra teori til praksis	108
6.1 Eksempler på innovasjoner i Polaris Media og i Amedia	110
6.2 Vurdering av om eksempler på innovasjon støtter triangelmodellen og dens utvikling	114
6.3 Mediehusenes kapasitet til å skape innovasjon	119
6.4 Mediehusenes evne til å skape verdi gjennom innovasjon	124
6.5 Verdiskaping i mediekonsernene	130

Kapittel 7

Ansvarlig digital transformasjon som et mål for bedrifter	135
7.1 Megatrender bak ulike typer digital transformasjon	136
7.2 Presentasjon av fire typer digital transformasjon	139
Mønster 1: Digitalt verdiforslag	139
Mønster 2: Verdidrevet tjenesteinnovasjon	141
Mønster 3: Digital interaksjon og utvikling av nettverkseffekter via digitale plattformer	142
Mønster 4: Ansvarlig digital transformasjon	145

Kapittel 8

Forretningsmodeller for ulike typer digitale transformasjoner ...	148
8.1 Typiske faser for innovasjonsprosesser	148
8.2 Forretningsmodeller innen digitalt verdiforslag	151
8.3 Forretningsmodeller innen verdidrevet tjenesteinnovasjon	153
8.4 Forretningsmodeller innen digital interaksjon via mangesidig plattform	155
8.5 Forretningsmodeller innen ansvarlig digital transformasjon ...	158

Kapittel 9

Hvordan lede din bedrift inn i fremtiden	161
9.1 Innledning	161
9.2 Hvilke forretningsmodell-perspektiv bør brukes i de ulike digitale transformasjonsmønstrene?	163
9.3 Nye strategiforslag basert på triangelmodellen	165
9.4 Myter og realiteter om innovasjonsevne og digital transformasjon.....	170
9.5 Refleksjoner om veien inn i en digital økonomi.....	173
Referanser	177
Stikkord	185