deoleo

La Formula No Secreta de la Innovacion

Observatorio del Branding
Barcelona, 3 Marzo 2016



Retar la idea que la innovación es solo Disruptiva, y que se basa en momentos “Eureka!”

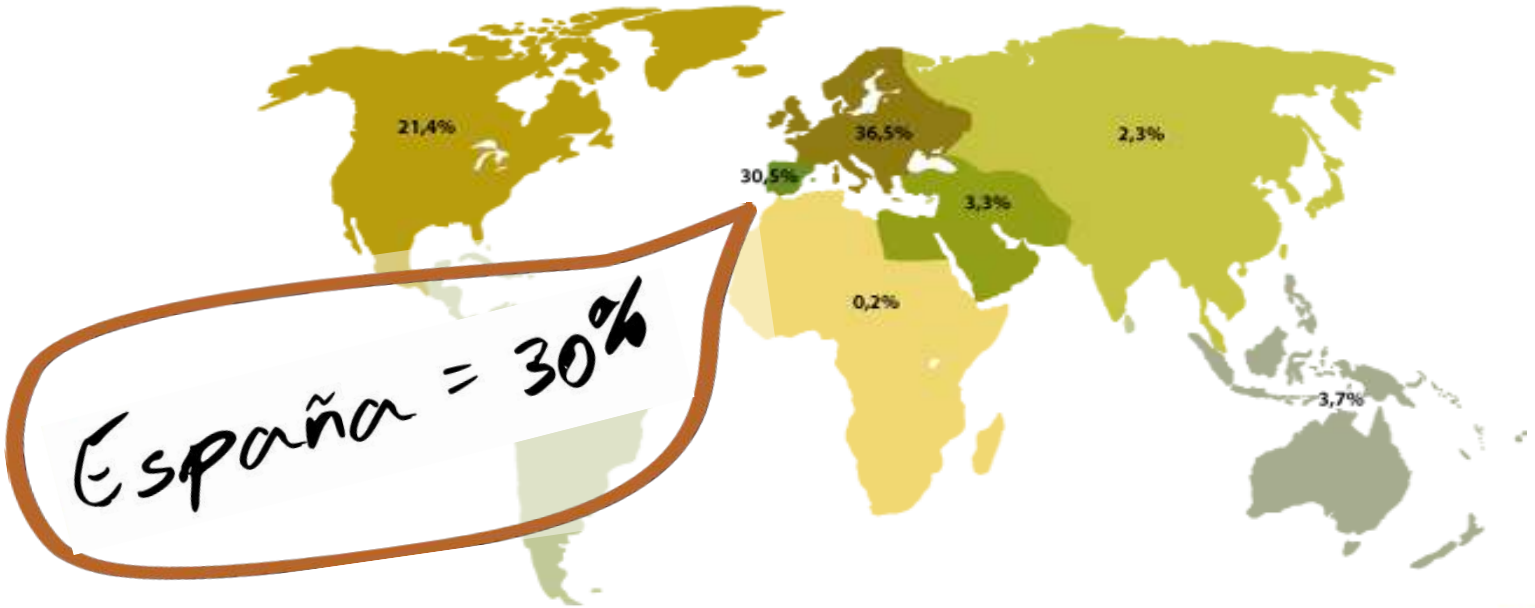


1. **Credenciales**
2. Reflexiones
3. “La Formula”

Deoleo: grupo de alimentación **multinacional**, fundado en 1990 con sede en Madrid, y cotizado en la Bolsa.

250	+800	+100	4	+700	+50
Mil Liters	M€ Sales	Countries	Bottling Plants	Employees	Mill of Consumers

Volume Sales geographic distribution

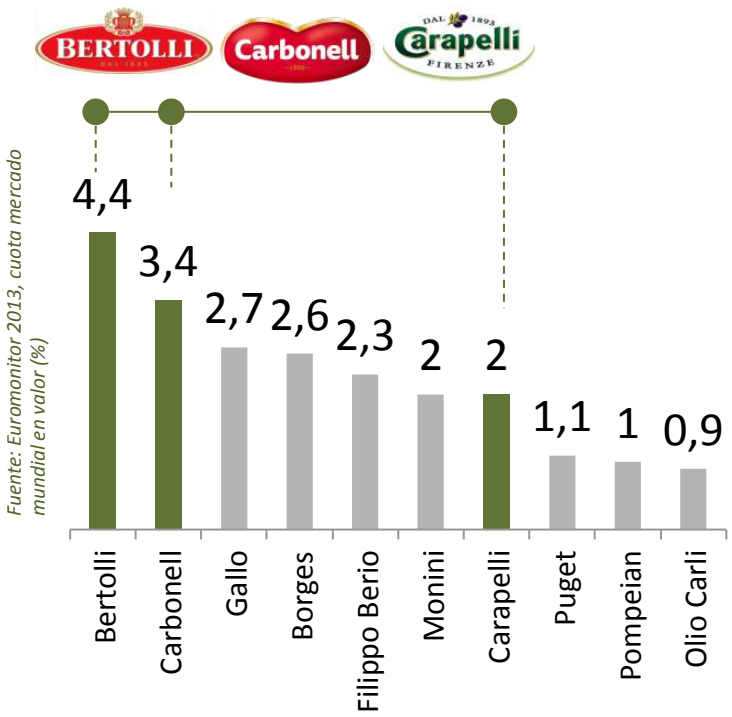


deoleo

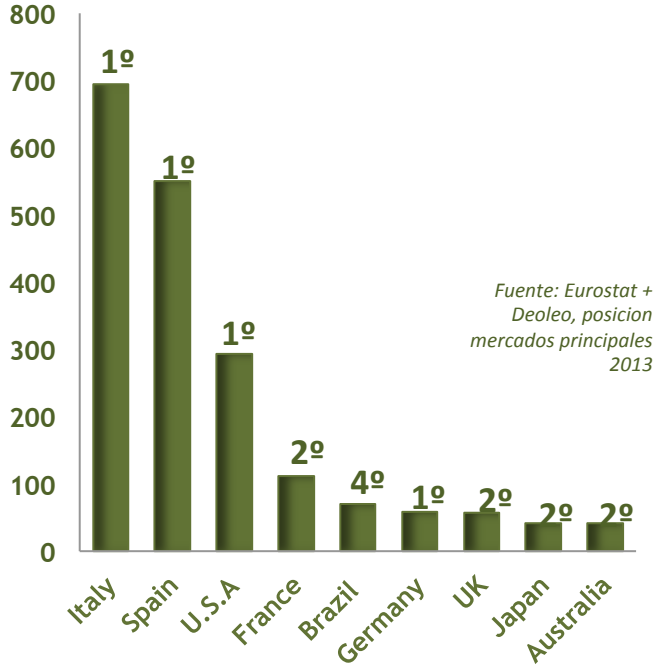
2% de las grasas comestibles del mundo

Líder mundial
en ventas de aceite de oliva embotellado.

20% world SOM,
with 3 brands in the top 10



Leadership position in the world key markets



deoleo

Comprometido con los más altos estándares de **calidad e innovación.**

BRC Global Estándar:
Programa de seguridad y certificación de la calidad utilizado por más de 21.000 proveedores certificados en 90 países. Certificación emitida a través de una red mundial de organismos acreditados.

IFS International Featured Standards:
Las normas IFS son normas de auditoría reconocidas a nivel internacional, para asegurar que les empresas certificadas IFS entregan productos/ servicios que mejoran continuamente la seguridad y la calidad de los productos.

Deoleo has a very clear commitment with innovation that has led us create the Deoleo Institute, in order to promote scientific research and dissemination of Olive oil

Todo esto nos convierte en **líder en innovación por vocación**

- *Se realizaron 92 lanzamientos de nuevas referencias en aceite en el periodo 2011-2014*
- *Hasta el 2013 Deoleo había realizado el **15.6%** de los lanzamientos de la categoría en MdF*
- *Durante 2014 pasamos a realizar el **36%** de las innovaciones con un ratio de "éxito" del 60%*

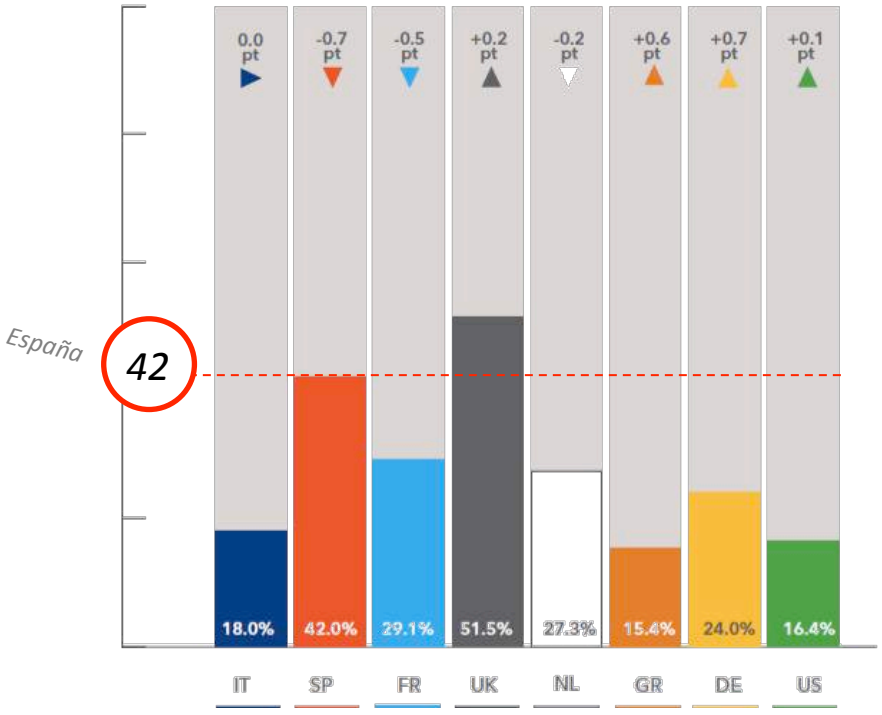
Un liderazgo en innovación basado en todo tipo de proyectos, con diferentes experiencias



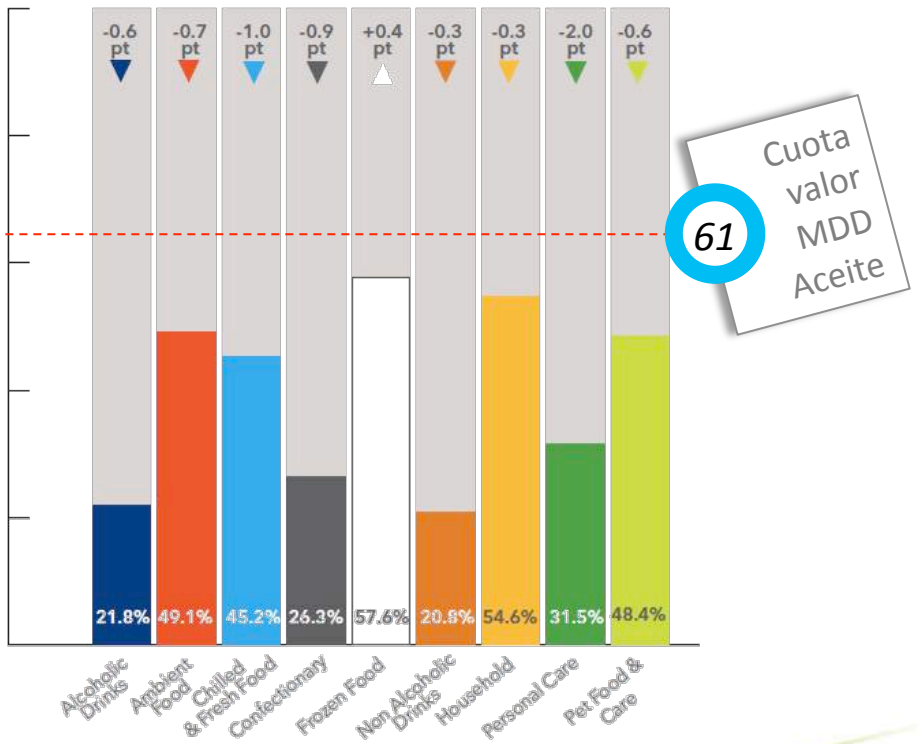
deoleo

Innovamos por vocación, pero sobre todo por **Necesidad**!

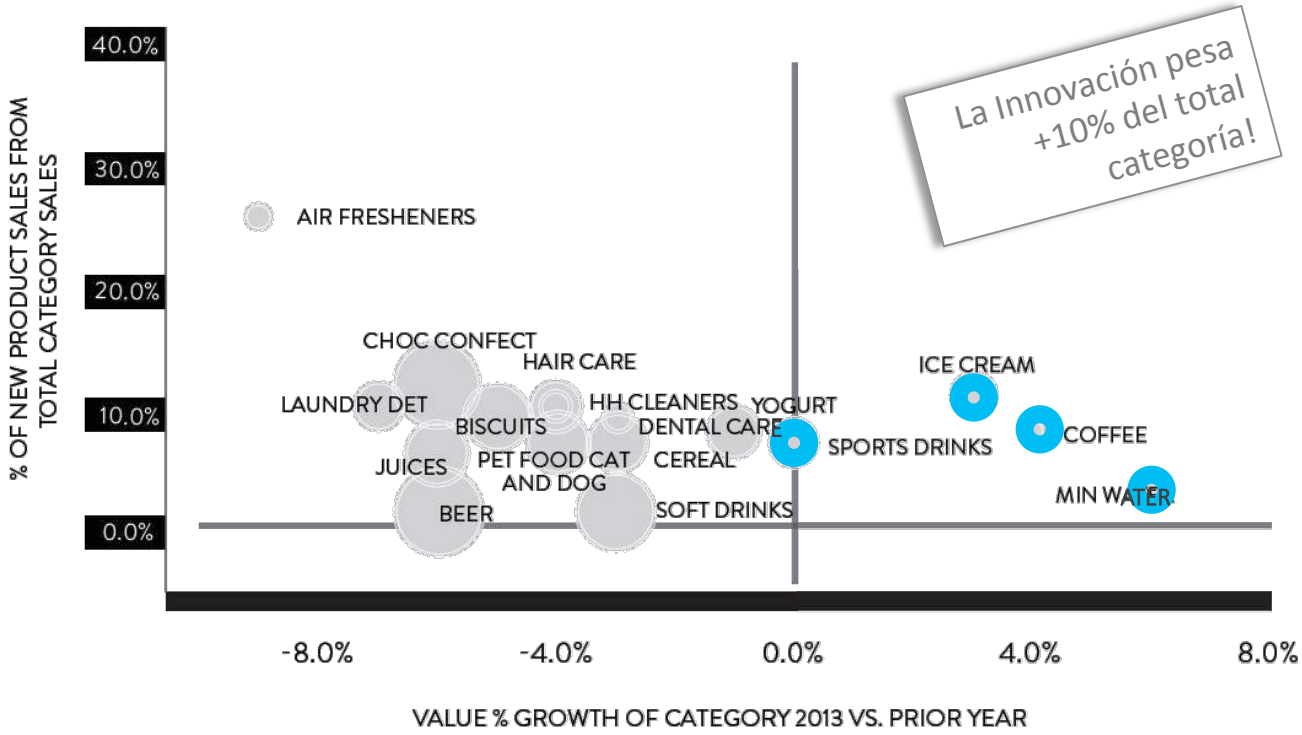
Cuota Valor MDD por país 2014



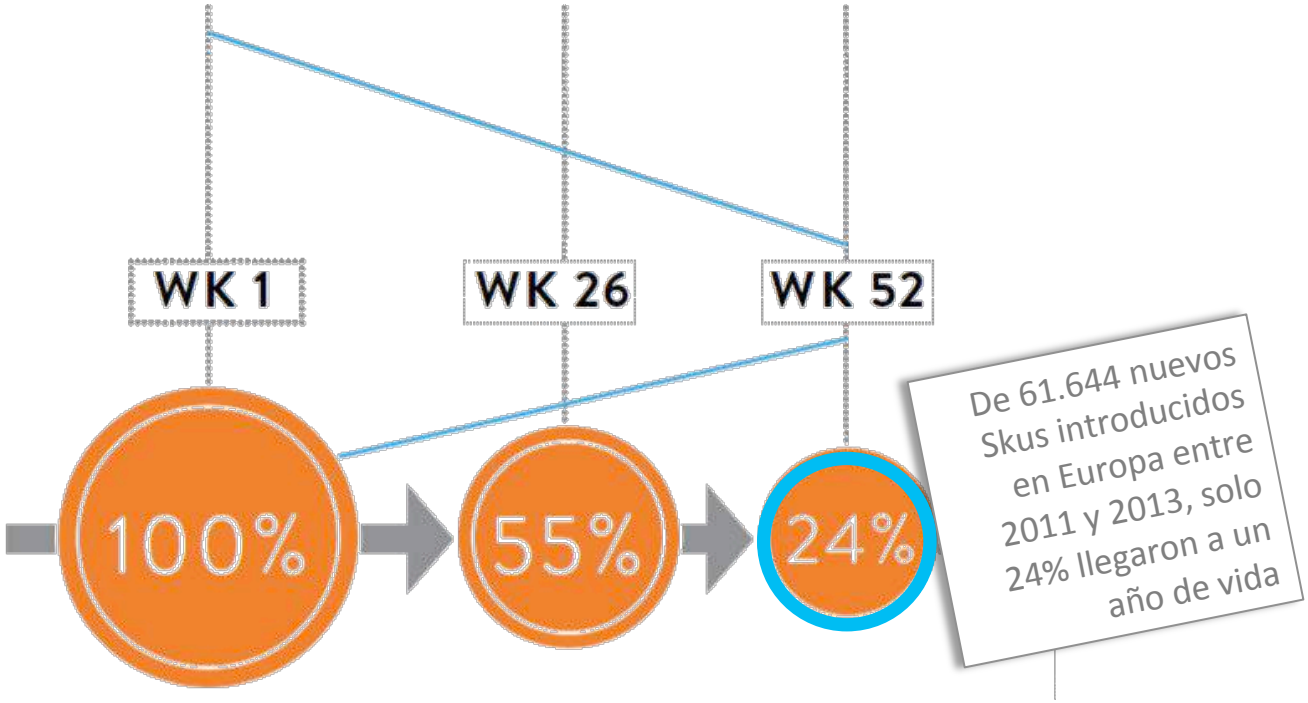
Cuota Valor MDD 2014 Categorías España



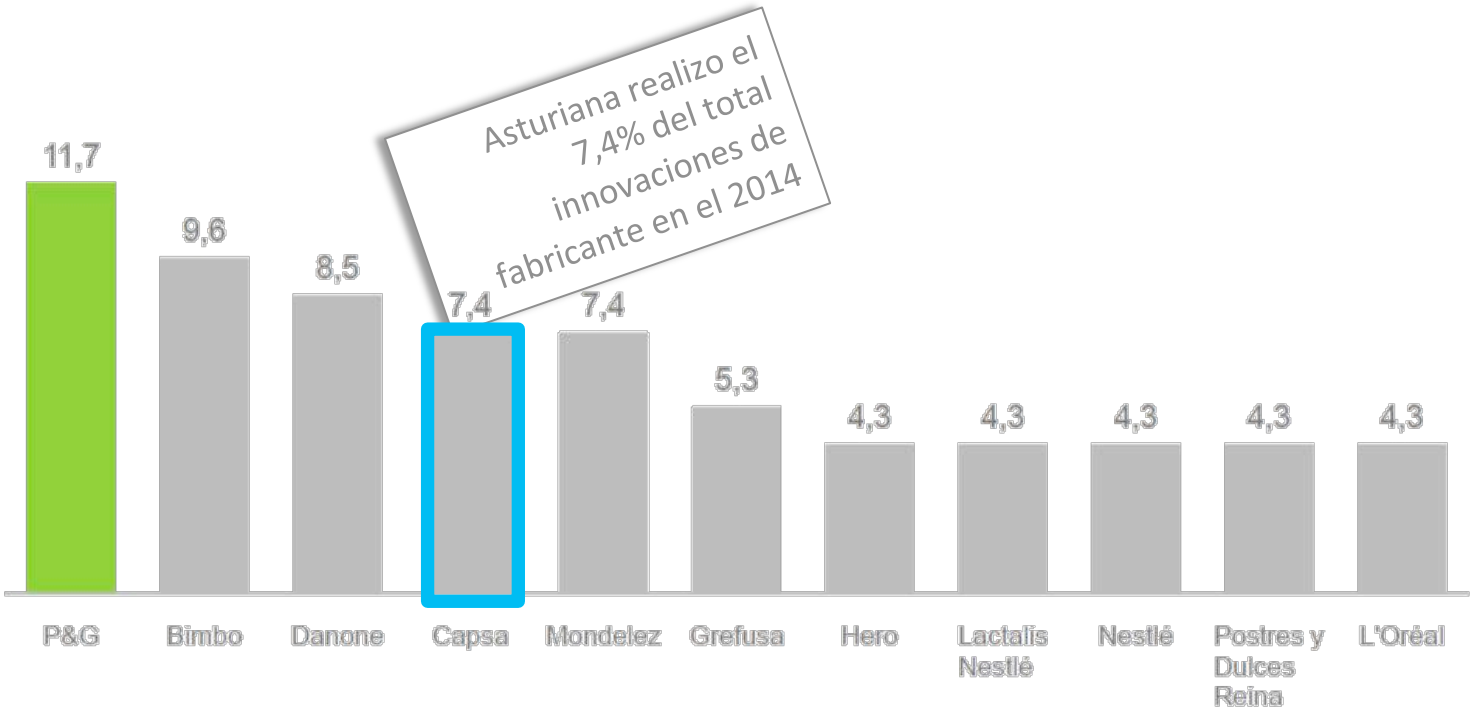
Una obligación que comparten todas las compañías de Gran Consumo para **sobrevivir**



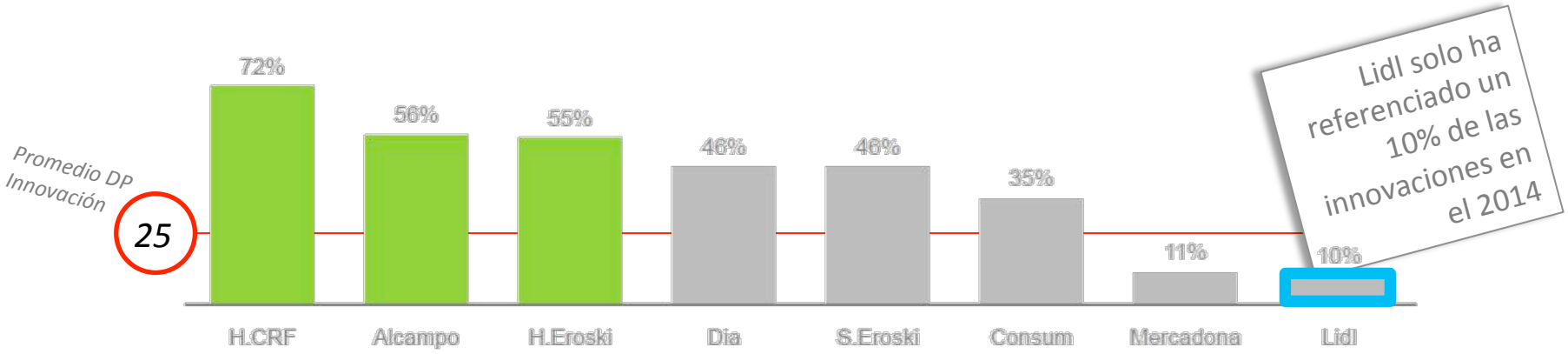
Sin embargo en el Gran Consumo, en Europa, solo **24%** de las Innovaciones tienen "éxito"



Una Obligación con poco éxito, y aun así las grandes empresas lideran el ranking!



Y además es realmente difícil conseguir escala en la Distribución



¿Cómo competir más exitosamente en una categoría comoditizada, compitiendo con otras multinacionales por los euros de un consumidor que solo incorpora 1 de cada cuatro lanzamientos?

deoleo

1. Credenciales
2. **Reflexiones**
3. "La Formula"

Mejorar o Copiar?



MDD=Básicos perfectos!



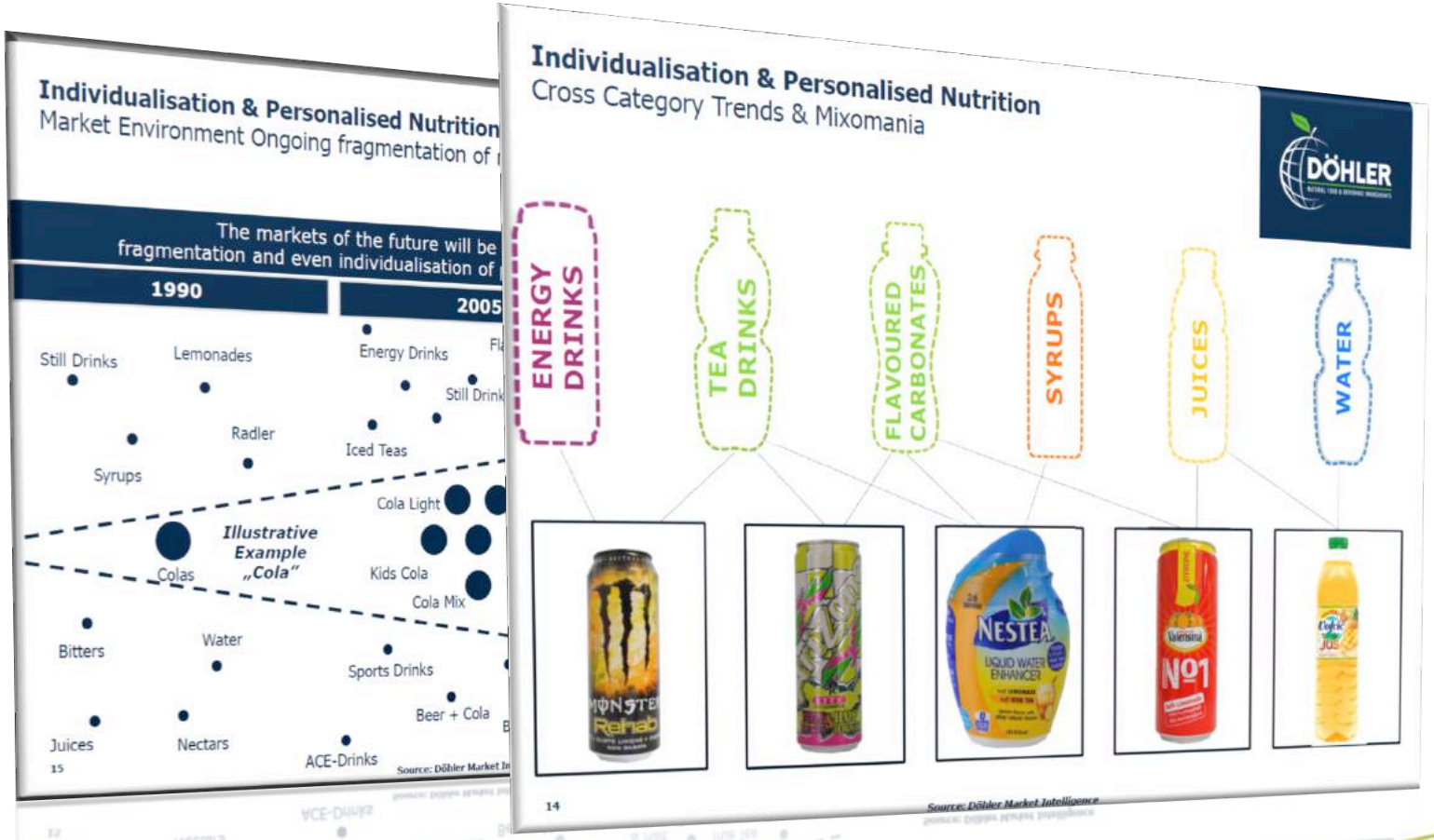
Fuente: David Northcroft presentation at Global Food Tecnology & Innovation Summit

¿Relevante o Operativo?





¿Volumen vs Valor?



Fuente: Marco Schmidt presentation at Global Food Technology & Innovation Summit

deoleo

¿Producto o Servicio?



¿Innovacion o Extension?



¿Diseño o Posicionamiento?



antes

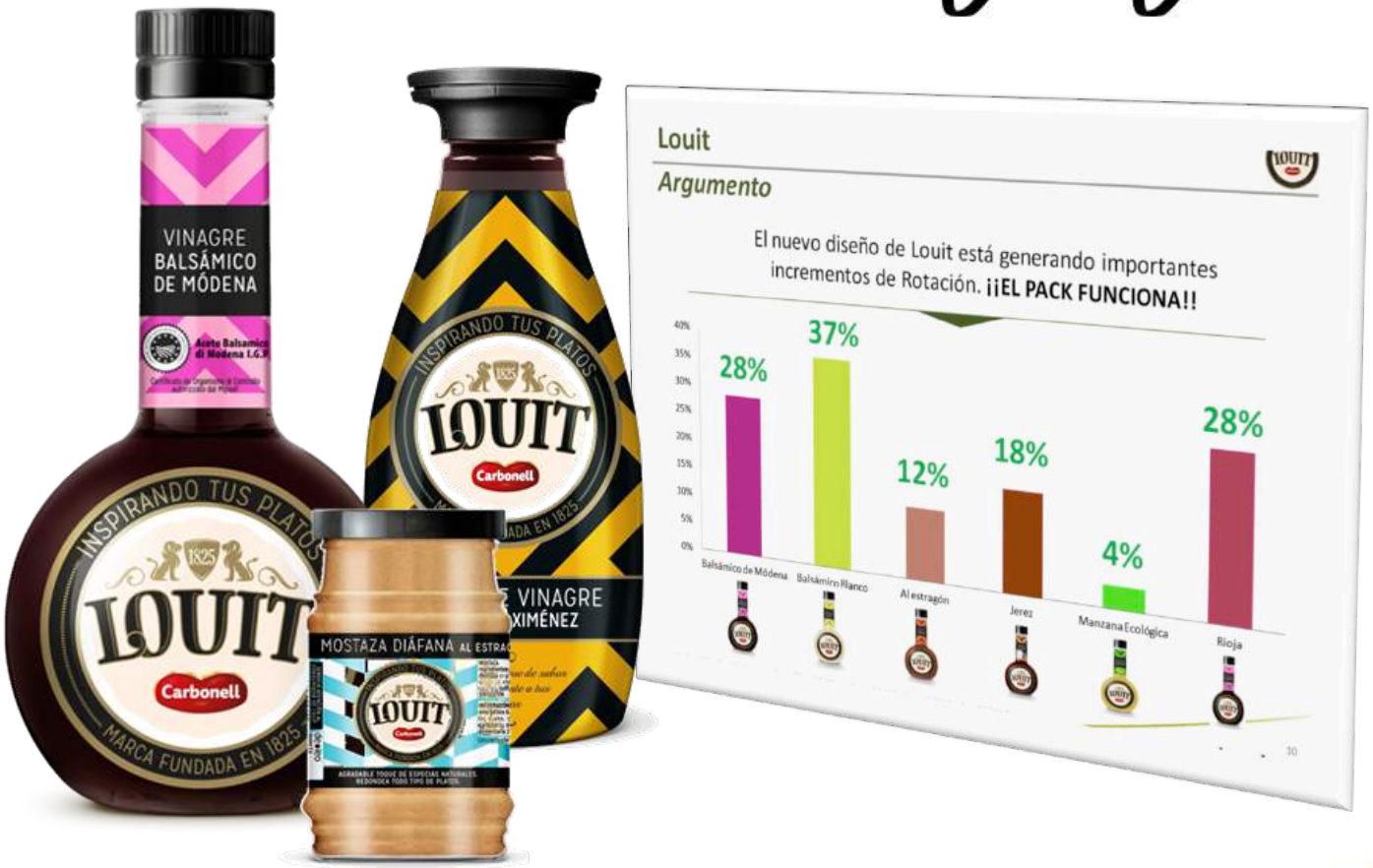


después

¿Marketing o Tecnología?



¿Solo packaging?



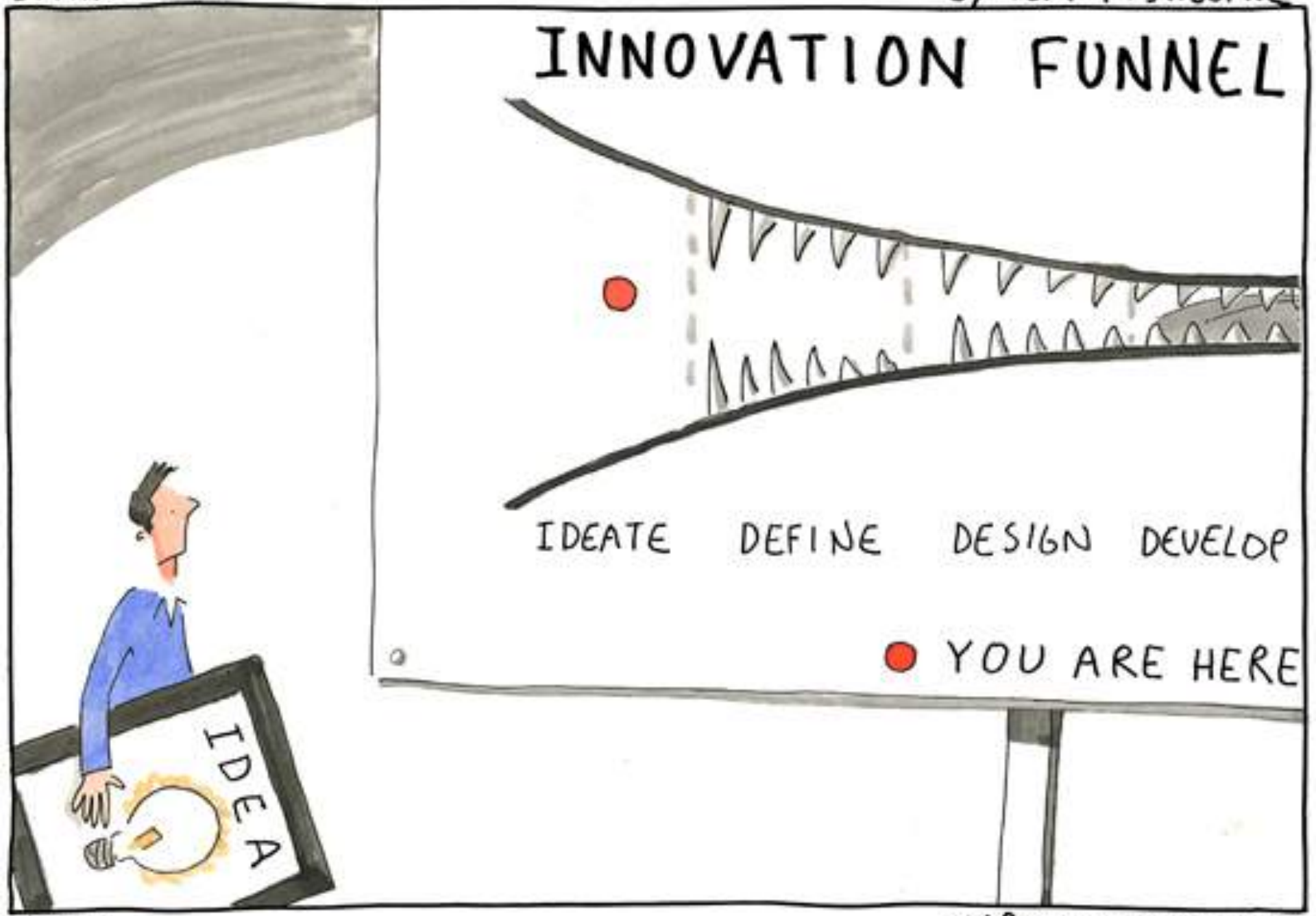
deoleo

1. Credenciales
2. Reflexiones
3. **“La Formula”**



BRAND CAMP

by Tom Fishburne

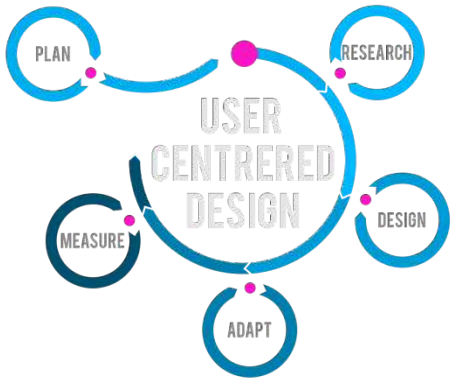


©2011

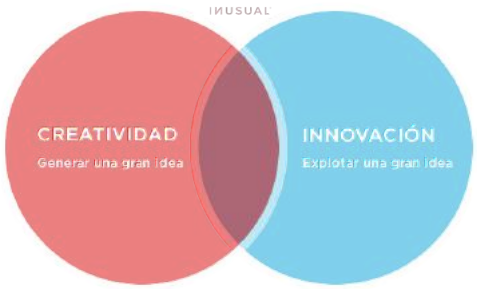
MARKETOONIST.COM

LA FORMULA NO SECRETA DE LA INNOVACION
“LA FORMULA”





Una "Formula" para alimentar el Proceso



INNOVACIÓN CREATIVA



innovación · proceso

deoleo

LA FORMULA NO SECRETA DE LA INNOVACION
"LA FORMULA"

Fracaso admitido +

No cuentes con batir al mercado, asume 76% de productos deslistados en un año, PERO aprende y alimenta el proceso.

Ritmo de Innovacion +

Toda diferenciación es temporal, solo el Ritmo te permite mantener la ventaja. Innova también en los estímulos que alimentan el flujo.

Lo Básico importa +

¿Cuánto terreno y oportunidades les hemos dado a la MDD por no revisar los detalles continuamente? También ahí hay valor! .

Gusto por el Riesgo

Mejor fracasar moviendo algo, que morir sin darte cuenta. Existen miles de Procesos hiper sofisticados, en todo hay una parte de intuición.

deoleo

Gracias!

deoleo