Jak vznikají inovace v jedné z největších globálních firem? Některé se rodí přímo v Rakovníku

11.12.2024 - | PROTEXT

V několika výzkumných centrech po celém světě se tisíce odborníků zaměřují na pochopení potřeb spotřebitelů. V minulosti získávali odborníci důležitá data návštěvami v domácnostech spotřebitelů. Dnes k tomu využívají moderních technologií. Například technologie „Connected Home“ umožňuje pomocí speciálních senzorů vysledovat, jak jsou prováděny činnosti v domácnosti, třeba praní prádla, mytí nádobí či péče o dítě. Díky tomu odborníci zjistí třeba to, jak spotřebitelé používají pračku, na jakou teplotu perou a kolik vody a elektřiny během praní spotřebují.

Inovace s ohledem na životní prostředí

Čím přesnější informace experti získají, tím účinnější jsou inovace, které lépe reflektují potřeby lidí a zároveň i slouží životnímu prostředí.

Právě udržitelnost je v oblasti inovací společnosti Procter & Gamble stěžejní. Díky metodě analýzy životního cyklu výrobku (LCA – Life Cycle Assessment) je možné zkoumat vliv produktu na životní prostředí v každé fázi – při získávání surovin, výrobě, distribuci, a dokonce i při způsobu používání.

Tato metoda odhalila například to, že u praní prádla má největší vliv na životní prostředí teplota vody během praní prádla – až 60 % uhlíkové stopy praní souvisí s ohřevem vody. Cílem inovace pracích kapslí Ariel bylo tedy zvýšit efektivitu výrobku i během praní ve studené vodě. Nové kapsle Ariel jsou účinné už při 30 stupních Celsia. Technologie Cool Clean efektivně odstraní veškeré nečistoty i při praní na nízké teploty a krátké cykly. Díky tomu mohou spotřebitelé ušetřit v rámci jednoho cyklu až 60 % energií, což pomůže šetřit životní prostředí i finance.

Moderní technologie a AI

Není to ale jen pozorování, které je při zavádění inovací důležité. K vývoji i implementaci novinek využívá P&G velká data, umělou inteligenci nebo třeba strojové učení. Nové technologie umožňují vědcům ve vývojových a výzkumných centrech lépe porozumět potřebám zákazníků a otestovat nová řešení ve větším měřítku.

Digitalizace probíhá i v továrnách, kde se implementují řešení jako jsou intelligent vision control systémy, automatizované řízení rizik a logistické systémy. Některé továrny slouží jako takzvané „majáky“. Nové technologie se vyzkouší nejprve tam a následně jsou implementovány po celém světě. A právě jedním z „majáků“ je i rakovnická továrna Fabric & Home Care v Rakovníku, kde vznikají aviváže Lenor a prací prostředky Ariel.

Skvělým příkladem moderní technologie je i elektrický kartáček Oral-B iO, který funguje na bázi magnetické technologie a je vybavený umělou inteligencí. Kromě interaktivního displeje a senzoru tlaku disponuje i chytrou aplikací, která sleduje proces čištění v reálném čase a poskytuje uživatelům tipy v péči o zdraví ústní dutiny. Díky této inovaci mají spotřebitelé možnost zdokonalit svou péči o zuby a předcházet tak nepříjemným obtížím. Kulatá hlavice kartáčku navíc vyčistí i těžko dostupná místa pro pocit profesionální čistoty.

Rovnost a inkluze jsou základem rozvoje

A protože v Procter & Gamble věří tomu, že inovace jsou cenné jen pokud slouží všem spotřebitelům bez rozdílu, je mnoho nových řešení vytvářeno s ohledem na ty spotřebitele, jejichž potřeby jsou často přehlíženy.

Mezi inovace společnosti Procter & Gamble, které jsou důležitým krokem k inkluzivitě a rovnosti, patří mimo jiné kartonový obal pracích kapslí Ariel ECOCLIC®. Ten je vybavený hmatovou složkou, která pomáhá spotřebitelům se zrakovým postižením snadno rozpoznat výrobek. Na obalu je také umístěný QR kód, který po naskenování pomocí aplikace NaviLens přehraje zvukový popis výrobku a zobrazí velký a čitelný text na telefonu.

„Překvapovat spotřebitele řešeními, o kterých někdy ani nevěděli, že existují, dokud nenašli výrobek, který uspokojuje všechny jejich potřeby – takto chápeme inovace ve společnosti Procter & Gamble. Nová, účinnější řešení nejenže mění každodenní život spotřebitelů k lepšímu, ale přispívají také k pozitivním změnám ve společnosti a životnímu prostředí. Proto neustále zdokonalujeme naše výrobky, obaly, způsoby komunikace, ale také organizaci, která za nimi stojí. Počínaje výzkumnými a vývojovými centry, přes technologicky vyspělé výrobní linky až po inteligentní regály v obchodech – Procter & Gamble se neustále vyvíjí, aby zákazníkům poskytovala výrobky, které přinášejí skutečnou změnu,“ dodává Yvette Krubl, manažerka korporátní komunikace společnosti Procter & Gamble ve střední Evropě.

https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/jak-vznikaji-inovace-v-jedne-z-nejvetsich-globalnich-firem-nektere-se-rodi-primo-v-rakovniku/2607536