**Fallstudie:**

**Gmail: Från en gnista som leder till en miljardprodukt**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nyckelord (metatagg)** | Agil, Intraprenör, Resurshantering, Intraprenörhantering |
| **Tillhandahålls av** | Clever Collaboration Group Europe |
| **Språk** | Svenska |
| **Fallstudie** | |
| Hjärtat i Googles verksamhet är innovation. Deras berömda tidspolicy på 20 procent, som tillåter anställda att ägna ungefär en dag varje vecka åt initiativ utanför sina ansvarsområden, är ett viktigt inslag i Googles kreativa arbetsmiljö. Genom att göra detta inspirerar Google sin personal att agera intraprenörer och tänka kreativt. Majoriteten av tiden samarbetar Google-anställda som arbetar med 20% av projekten med andra för att starta en intern start-up.  Gmail är ett av de mest kända och effektiva exemplen på denna strategi. Paul Buchheit, en Google-anställd, hade den ursprungliga idén att bredda företagets erbjudanden genom att skapa ett webbaserat e-postmeddelandetjänst som kunde fungera som en sökmotor.  Även om majoriteten av de anställda i organisationen trodde att det ur strategisk och produktsynpunkt var en hemsk idé. Men när Googles grundare Larry Page och Sergey Brin fattade beslutet att sponsra Pauls initiativ lades alla bekymmer till vila.  På grund av detta introducerades Googles Gmail 2004 och blev snabbt företagets första ikoniska erbjudande sedan lanseringen av sin sökmotortjänst 1998. Mer än 1.5 miljarder konsumenter använder för närvarande Gmail dagligen. Från ett litet internt experiment har det vuxit till en av kärntjänsterna i Googles produktlinje.  Detta är ett bra exempel för att visa att hålla ett öppet sinne och stödja innovatörer med ledningsstöd kan uppnå fantastiska resultat. | |
| **Hänvisning** | <https://gaussianco.com/insights/how-intrapreneurship-accelerates-organizations-case-studies> |