

*open innovation*

## Innovazione di prodotto ad alte prestazioni



*piccoli passi*

**Spunti per migliorare le prestazioni della mia azienda**

# open innovation

## *piccoli passi*

Innovazione ad alte prestazioni significa essere in grado di lanciare prodotti e servizi di successo più velocemente ed a costi minori rispetto alla concorrenza.

Gli indicatori fondamentali utilizzati per misurare le prestazioni dell'innovazione sono (figura 1):

- Numero di prodotti in portafoglio,
- Time to market,
- Prezzi,
- Costi,
- Volumi di vendita.



Figura 1: Indicatori fondamentali per la misura delle prestazioni dell'innovazione

Il miglioramento delle prestazioni dell'innovazione può essere realizzato secondo tre strategie fondamentali (figura 2):

- Ideare e sviluppare più prodotti e servizi
- Aumentare il successo dei prodotti e servizi venduti
- Ridurre i costi di prodotti e servizi



Figura 2: Principali strategie per migliorare le prestazioni dell'innovazione

# open innovation

Per ottenere l'innovazione di prodotto ad alte prestazioni è necessario raggiungere una buona qualità di esecuzione in tutti gli elementi del framework rappresentato in figura 3:



Figura 3: Framework per l'innovazione ad alte prestazioni

*piccoli passi* nasce sulla base della considerazione che le capacità di innovazione sono più simili ad un mosaico con molti piccoli tasselli, che ad una singola competenza molto complessa. Per questo motivo il modo migliore per migliorare le prestazioni dell'innovazione è quello di effettuare una serie di piccoli passi nella direzione giusta: ogni passo produrrà un piccolo miglioramento nelle prestazioni dell'innovazione creando un piccolo vantaggio rispetto ai concorrenti.

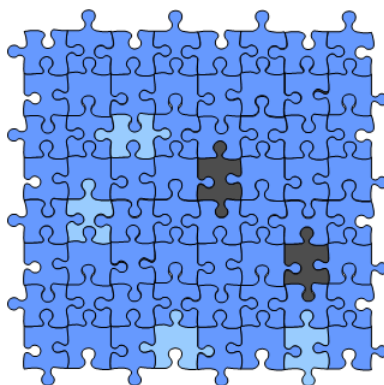


Figura 4: Le capacità per l'innovazione sono un mosaico di piccoli tasselli

Di seguito sono riportati più di 150 possibili piccoli passi per migliorare le prestazioni dell'innovazione.

Il modo ideale per utilizzare questa lista è quello di scorgerla con attenzione identificando quelli che potrebbero portare maggiori benefici alla vostra azienda. Bisogna quindi sceglierne uno ed iniziare il cammino: un viaggio di 1000 chilometri inizia sempre con il primo passo.

*open innovation* ha strumenti, metodologie specifiche ed esperienza per aiutarvi a ridurre tempi e costi nella realizzazione di ognuno dei piccoli passi e ad ottenere i massimi benefici. Se vi serve una mano per facilitare la messa in pratica, chiamateci.

Contatti: [info@open-innovation.it](mailto:info@open-innovation.it)

# open innovation

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
<b>PIANIFICAZIONE STRATEGICA DI PRODOTTO</b>				
<b>Scenario di mercato futuro</b>				
- Introdurre un documento da aggiornare annualmente per descrivere tutti gli elementi dello scenario del mercato futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre un incontro multidisciplinare annuale per la definizione dello scenario del mercato futuro. Eventualmente coinvolgere esperti esterni.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Strategia per l'innovazione</b>				
- Definire meglio la mission aziendale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire meglio la strategia per l'innovazione (mercati, prodotti, tecnologie, partner, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire meglio i criteri per valutare gli investimenti in innovazione (ad es. fatturati minimi richiesti, margini minimi, tempi di sviluppo, payback richiesto...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare il processo di assegnazione del budget ai diversi progetti di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Valore del marchio</b>				
- Definire la value proposition del marchio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire le caratteristiche principali della brand experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Rendere coerenti con la brand experience tutte le interazioni con il mondo esterno (prodotti e servizi, comunicazione, contatti, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Creare nei clienti un senso di appartenenza al marchio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Segmentazione del mercato</b>				
- Identificare i macro-segmenti di mercato utilizzati nel settore di riferimento (ad es. nell'automotive: city-car, SUV, familiari, monovolume, ...), quindi suddividere i macro-segmenti definendo e caratterizzando i segmenti target a cui rivolgere la propria offerta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Identificare e descrivere meglio dimensioni, trend e caratteristiche comuni per ogni segmento di mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire l'importanza e la priorità di ogni segmento di mercato (sulla base di volumi, margini, quote di mercato, trends, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Riposizionare il portafoglio prodotti sui segmenti di mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# open innovation

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
- Affrontare nuovi mercati geografici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Canali di distribuzione</b>				
- Identificare nuovi canali di distribuzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Valutare la fattibilità/opportunità di vendere direttamente all'utente finale (ad es. tramite internet)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Piano gamma dei prodotti</b>				
- Introdurre o migliorare il piano gamma a medio termine dei prodotti da sviluppare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre architetture di prodotto modulari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre o migliorare la configurabilità dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>GOVERNARE IL PROCESSO DI INNOVAZIONE</b>				
<b>Sistema di misura delle prestazioni dell'innovazione</b>				
- Introdurre il business case (curva ad S) per i prodotti da sviluppare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare il sistema di misura delle prestazioni dei diversi progetti in corso di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare il sistema di misura delle prestazioni dei diversi prodotti lanciati sul mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Sistema di gestione del portafoglio prodotti</b>				
- Definire i criteri per assegnare la priorità ai diversi progetti di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre o migliorare le tecniche di gestione del portafoglio prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire le responsabilità per la gestione del portafoglio prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Modello Stage and Gate per la gestione del processo di sviluppo dei nuovi prodotti e servizi</b>				
- Introdurre o migliorare il modello Stage and Gate per la gestione del processo di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire le decisioni chiave per lo sviluppo dei nuovi prodotti e le relative responsabilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# open innovation

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
<b>Organizzazione per lo sviluppo dei nuovi prodotti e servizi</b>				
- Rivedere l'assegnazione di responsabilità ed obiettivi per lo sviluppo dei nuovi prodotti e servizi (ad es. introdurre un responsabile dell'intero processo di sviluppo prodotto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire un sistema di valutazione delle prestazioni dei manager coinvolti nell'innovazione (con indicatori ed obiettivi sia personali che di team)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre o potenziare i team per lo sviluppo prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Project Management</b>				
- Introdurre o migliorare le tecniche di project management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre un program manager per il coordinamento dei progetti di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare le competenze dei project manager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre un piano di riferimento per lo sviluppo dei nuovi prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>CONCEPIRE PRODOTTI E SERVIZI VINCENTI</b>				
<b>Analisi dei desideri dei clienti</b>				
- Identificare, raccogliere, strutturare e diffondere meglio le informazioni sui bisogni dei clienti già disponibili in azienda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre strumenti o tecniche per raccogliere informazioni sui reali desideri dei clienti (analisi di mercato, strumenti di social networking, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Durante la fase di concezione dei nuovi prodotti, effettuare interviste ad un piccolo numero di clienti per individuarne i desideri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Utilizzare tecniche per riportare la voce del cliente lungo tutto il processo di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Coinvolgere alcuni clienti selezionati in review dei prodotti durante le fasi di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Gestire l'albero delle funzioni del prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Gestire l'albero delle emozioni del prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Durante la fase di concezione dei prodotti, definire diversi scenari di utilizzo e progettare la user experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare il design dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
<b>Analisi della concorrenza</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificare, raccogliere, strutturare e diffondere meglio le informazioni sulla concorrenza già disponibili in azienda</li> <li>- Identificare ulteriori fonti di informazioni sulla concorrenza (cataloghi, web, associazioni, partner, ...)</li> <li>- Introdurre e formalizzare un documento per l'analisi dei prodotti e dei servizi della concorrenza</li> <li>- Introdurre incontri multidisciplinari per l'analisi delle informazioni sulla concorrenza</li> <li>- Analizzare e diffondere meglio la conoscenza dei prodotti e dei servizi della concorrenza</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Analisi delle nuove opportunità tecnologiche</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lanciare mini-progetti di ricerca su opportunità tecnologiche specifiche (ad es. nuovi materiali, nuovi dispositivi, nuovi software, ... ), coinvolgendo Università, associazioni o altri partner</li> <li>- Creare un team con la responsabilità di effettuare sistematicamente ricerche sulle nuove opportunità tecnologiche (ad es. su internet, con partner, ...)</li> <li>- Diffondere in azienda le informazioni su potenziali opportunità tecnologiche (ad es. abbonamenti a riviste, incontri, ...)</li> <li>- Organizzare o partecipare ad incontri su opportunità tecnologiche individuate</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Concezione di servizi ad alto valore aggiunto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificare desideri dei clienti che possono essere soddisfatti mediante servizi associati ai prodotti</li> <li>- Identificare servizi ad alto valore aggiunto che possono essere proposti insieme ai prodotti</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Generazione di idee</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introdurre almeno una sessione multidisciplinare di generazione di idee durante la fase di concezione dei nuovi prodotti</li> <li>- Introdurre sessioni multidisciplinari di scambio di informazioni e generazione di idee nelle diverse fasi di sviluppo dei prodotti</li> <li>- Coinvolgere attori esterni (clienti, partner, esperti, ...) nella generazione di idee per i nuovi prodotti e/o servizi</li> <li>- Introdurre un archivio delle idee</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Processo di concezione dei prodotti ottimizzato</b>				

# open innovation

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
- Strutturare il processo di concezione dei nuovi prodotti identificandone i passi principali ed i risultati da produrre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Rivedere l'assegnazione di responsabilità per la concezione dei nuovi prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre il product concept come guida per tutte le fasi di sviluppo dei nuovi prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Formalizzare meglio il documento di definizione dei requisiti per i nuovi prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre una revisione multidisciplinare dei requisiti dei nuovi prodotti prima di iniziare lo sviluppo (se possibile coinvolgendo anche attori esterni)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire le verifiche tecniche e commerciali che devono essere eseguite durante la definizione dei requisiti dei nuovi prodotti e servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Identificare e definire i potenziali servizi associati ai prodotti già in fase di definizione dei requisiti di prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre i requisiti di usabilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre i requisiti di design	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Creare alcune caratteristiche estetiche comuni a più prodotti (family feeling)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre fin dalla fase di concezione i requisiti per lo sviluppo di prodotti globali (ad es. alimentazione elettrica, normative, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>SVILUPPARE I NUOVI PRODOTTI IN MANIERA EFFICIENTE</b>				
<b>Processo di sviluppo dei nuovi prodotti ottimizzato</b>				
- Ottimizzare il processo di sviluppo dei nuovi prodotti e servizi (definire passi, responsabilità, flussi di informazioni, responsabilità)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Automatizzare le attività a basso valore aggiunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre review interdisciplinari (e se possibile con potenziali clienti) del design di prodotto nelle prime fasi di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Processo di progettazione ottimizzato</b>				
- Dotarsi di strumenti migliori a supporto della progettazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Identificare e sviluppare a priori alcune personalizzazioni dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Selezionare e coinvolgere partner e fornitori sin dalle prime fasi di sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# open innovation

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
<b>Processo di costruzione dei prototipi e verifica ottimizzato</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razionalizzare i piani di test da eseguire durante lo sviluppo dei nuovi prodotti (prove da eseguire, modalità, risultati attesi, fasi di sviluppo, ...)</li> <li>- Ridurre il numero e/o la complessità dei prototipi</li> <li>- Migliorare la pianificazione della costruzione dei prototipi</li> <li>- Ottimizzare il processo di acquisizione dei componenti per i prototipi</li> <li>- Ottimizzare il processo e le responsabilità per la realizzazione dei prototipi (ad es. creare un reparto ad hoc senza interferire con le linee di produzione, utilizzare risorse esterne, ...)</li> <li>- Migliorare le attrezzature per la costruzione dei prototipi</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Processo di industrializzazione ottimizzato</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ottimizzare il livello di industrializzazione necessario per ogni componente</li> <li>- Nelle fasi iniziali di sviluppo, sviluppare scenari sui diversi costi del prodotto che si potrebbero ottenere con diversi livelli di industrializzazione e valutarne l'impatto sul profitto complessivo (sulla base dei volumi di vendita stimati)</li> <li>- Rendere meno stringenti i requisiti tecnici di industrializzazione (ad es. tolleranze, ...) valutando correttamente il rapporto costi/benefici</li> <li>- Individuare e rimuovere i colli di bottiglia nel processo di industrializzazione</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Gestione delle modifiche</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Classificare diversi tipi di modifiche (ad es. con o senza impatto sui requisiti di prodotto, prima dopo il rilascio all'industrializzazione, ...) ed ottimizzare di conseguenza il processo e le responsabilità per la gestione delle modifiche</li> <li>- Migliorare la comunicazione relativa alle modifiche verso tutte le funzioni aziendali</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Competenze core</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificare e potenziare le competenze critiche per lo sviluppo dei nuovi prodotti e servizi</li> <li>- Affidare all'esterno alcune attività di progettazione non critiche</li> </ul>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
<b>Condivisione della conoscenza</b>				
- Formare i progettisti al riutilizzo di parti e soluzioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Aumentare il riutilizzo di parti e soluzioni (ad es. introducendo un catalogo tecnico interno di parti e soluzioni riutilizzabili)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Standardizzare i componenti d'acquisto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare lo scambio di informazioni con i partner esterni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Mettere a punto un sistema di raccolta, catalogazione e condivisione della conoscenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Creare un archivio comune dei documenti di progetto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Preparare una scheda da compilare alla fine di ogni progetto per raccoglierne gli elementi fondamentali per la condivisione della conoscenza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Raccogliere ed organizzare le domande fatte dai clienti (durante la vendita e/o l'assistenza)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>LANCIARE I PRODOTTI SUL MERCATO CON SUCCESSO</b>				
<b>Market readiness</b>				
- Anticipare e migliorare le verifiche ed i test necessari ad assicurare la qualità del prodotto al momento del lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare e/o potenziare le attività di messa a punto del sistema di produzione durante la preserie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Anticipare i controlli di qualità dei materiali in ingresso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre una review multidisciplinare per assicurare che i prodotti siano pronti per il lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire il processo di erogazione dei servizi (ad es. installazione, garanzia, assistenza, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire i prezzi ed il processo di vendita dei ricambi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Comunicazione durante il lancio</b>				
- Migliorare la formazione del personale di vendita sui prodotti e servizi che verranno lanciati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare la qualità della documentazione di prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# open innovation

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
- Informare meglio il mercato sulle caratteristiche e sul valore del prodotto e sulle eventuali promozioni per i nuovi prodotti in fase di lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare la qualità delle informazioni sul prodotto presenti nel sito internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Partecipare a convegni, scrivere articoli su riviste specializzate per presentare i nuovi prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Acquisto e produzione</b>				
- Adattare la strategia di acquisto alla fase di lancio (ad es. lotti più piccoli, tempi di consegna più brevi, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Adattare la strategia produttiva alla fase di lancio (ad es. make-to-order)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Limitare il numero di personalizzazioni disponibili durante la fase di lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Aumentare la capacità produttiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Coordinamento della fase di lancio</b>				
- Introdurre o migliorare il piano di lancio dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Individuare un responsabile del lancio per ogni prodotto o estendere la responsabilità del capoprogetto fino al completamento della fase di lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Prevedere analisi periodiche delle prestazioni del prodotto in fase di lancio (volumi, costi, prezzi, difetti, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Coordinare meglio i fornitori durante la fase di lancio (ad es. condividendo meglio le informazioni sulle priorità, effettuando review periodiche congiunte dei piani, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Processo di vendita</b>				
- Formare meglio il personale di vendita sulle caratteristiche dei prodotti lanciati e sui clienti target	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Verificare periodicamente il processo di vendita durante la fase di lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre riunioni periodiche di condivisione della conoscenza tra i venditori durante la fase di lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire meglio prezzi e promozioni durante la fase di vendita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Analizzare i processi di lancio di prodotti concorrenti e di altri settori di mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# open innovation

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
<b>Canali di distribuzione</b> - Informare meglio la catena di distribuzione sulle caratteristiche, sul valore e sulle eventuali promozioni per i nuovi prodotti in fase di lancio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>GESTIRE IL PORTAFOGLIO DEI PRODOTTI SUL MERCATO</b>				
<b>Sistema di riunioni e responsabilità</b> - Creare un team responsabile della gestione dei prodotti sul mercato - Definire o migliorare il sistema di riunioni periodiche per la gestione dei prodotti sul mercato - Definire il modello di riferimento per la gestione dei prodotti sul mercato nelle diverse fasi del ciclo di vita (lancio, maturità e declino) - Introdurre un action plan costantemente aggiornato per la gestione dei prodotti sul mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Processo di vendita</b> - Identificare le criticità nel processo di vendita (ad es. tasso di successo troppo basso, tempi di vendita troppo elevati, costi di vendita troppo elevati, eccessivo uso di sconti, ...) ed introdurre gli opportuni miglioramenti - Utilizzare più metodi per effettuare le previsioni di vendita (ad es. richiesta ai venditori, analisi dei volumi di mercato, sondaggi di mercato, analisi storica dei dati di vendita, ...) e confrontare i dati per produrre la previsione di vendita più attendibile - Introdurre verifiche periodiche degli scostamenti tra le previsioni ed il consuntivo di vendita ed eseguire azioni di recupero in caso di scostamenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Canali di distribuzione</b> - Analizzare i costi della catena di distribuzione ed introdurre azioni per ridurli - Analizzare i tempi della catena di distribuzione ed introdurre azioni per ridurli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Gestione degli acquisti</b> - Definire e gestire degli indicatori delle prestazioni dei fornitori (costi, tempi di consegna, ritardi, resi, disponibilità alla collaborazione, ...) - Rivedere periodicamente i contratti di acquisto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
- Accentrare gli acquisti sui fornitori migliori riducendo il numero di fornitori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Gestione della produzione</b>				
- Rivedere periodicamente le strategie di produzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Rivedere periodicamente le scelte make or buy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Gestione dei servizi associati ai prodotti</b>				
- Analizzare e ridurre i costi di erogazione dei servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Analizzare i bisogni dei clienti e le modalità di utilizzo del prodotto per individuare opportunità di introdurre nuovi servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Gestione della fase di declino</b>				
- Identificare i criteri per identificare precocemente i prodotti in fase di declino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire le responsabilità per la definizione della strategia di definizione dei prodotti in declino (restyling, rilancio, sostituzione o phase out)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire un responsabile per la riduzione ed azzeramento delle scorte per i prodotti in fase di declino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>GESTIRE IL COSTO DEI PRODOTTI</b>				
<b>Modello di costo del prodotto</b>				
- Migliorare ed uniformare il modello di calcolo dei costi di prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introdurre processi e strumenti per la raccolta dei dati di costo dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare le tecniche e gli strumenti per la preventivazione dei costi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Processo per la gestione dei costi di prodotto lungo l'intero ciclo di vita</b>				
- Introdurre o migliorare il processo per la gestione del costo target dei prodotti da sviluppare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire responsabilità e processo per l'ottenimento del costo target di prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare gli strumenti di stima dei costi preventivi nelle diverse fasi di sviluppo dei nuovi prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>piccoli passi</i>	IMPORTANZA			
	Critica	Alta	Bassa	Nessuna
- Introdurre la revisione dei costi preventivi di prodotto durante le review di progetto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire metodi e responsabilità per il controllo periodico dei costi dei prodotti sul mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>GESTIRE IL PREZZO DEI PRODOTTI</b>				
<b>Posizionamento del prodotto</b>				
- Migliorare la definizione del posizionamento del prodotto nei diversi segmenti di mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Migliorare l'analisi dei prezzi di prodotti concorrenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Strategia di prezzo</b>				
- Prima di definire il prezzo per un nuovo prodotto, definire i possibili obiettivi da considerare (ad es. massimizzazione del ricavo, massimizzazione del profitto, penetrazione in nuovi mercati, promozione di un nuovo prodotto, rafforzamento del marchio, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Adattare la strategia di prezzo alle diverse fasi del ciclo di vita dei prodotti ed ai diversi segmenti di mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Driver di prezzo</b>				
- Individuare i driver di prezzo per i diversi prodotti e servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Stimare prezzo minimo (costo target + margine di contribuzione desiderato) e massimo (confronto con la concorrenza, valore fornito al cliente) dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire grafici di simulazione degli effetti delle variazioni di prezzo sui volumi e sul profitto (all'interno del range di prezzo minimo e massimo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Modelli di prezzo</b>				
- Definire diversi possibili modelli di prezzo per prodotti e servizi (ad es. tutto incluso, modulare, affitto, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Processo e responsabilità per la definizione e gestione del prezzo dei prodotti</b>				
- Migliorare il processo e le responsabilità per la definizione del prezzo target dei prodotti sin dalla fase di concezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire modalità e responsabilità per la gestione del prezzo dopo il lancio dei prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Definire modalità e responsabilità per le revisioni periodiche del prezzo dei prodotti durante il ciclo di vita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Contattaci scrivendo a: [info@open-innovation.it](mailto:info@open-innovation.it)