

DALL'IDEA AL CONCEPT: ASCOLTARE IL MERCATO E GENERARE IDEE PER INNOVARE IL PRODOTTO

OBIETTIVI

L'analisi della voce del cliente (VOC) è una forma fondamentale di intelligence sul mercato. La VOC non è focalizzata sulla valutazione di idee e soluzioni esistenti, ma sulla ricerca di informazioni che fungano da fondamento e fonte di ispirazione di soluzioni innovative. Questo tipo di analisi porta alla definizione dei requisiti dei nuovi prodotti. Essa è un'attività molto difficile e rischiosa e nel mercato attuale non può essere terminata prima dell'avvio della progettazione. Si deve allora utilizzare un approccio incrementale e sperimentale per lo sviluppo dei nuovi prodotti, che passa dalla realizzazione di uno o più minimum viable product, che vengono utilizzati per verificare operativamente la corrispondenza tra i requisiti dei clienti ed i prodotti in corso di realizzazione. Il corso ha l'obiettivo di fornire gli strumenti per "fare innovazione" partendo dall'ascolto sistematico del mercato, che fornisce informazioni accurate su bisogni ed attese del cliente e offre d'altro canto una mappatura della concorrenza. Vengono inoltre trasmessi strumenti per la generazione e la selezione di idee e per sviluppare un primo concept, anche nella nuova prospettiva del "minimum viable product".

DESTINATARI

Imprenditori, manager dell'ambito R&D, progettazione, marketing ed altri manager coinvolti nella definizione del prodotto.

CONTENUTI

1. L'analisi della voce del cliente (VOC):

- VOC e Innovazione
- Il concetto di bisogno
- Approcci alla VOC
- Interviste e osservazioni
- Mappatura dei bisogni: dalla customer verbatation agli statement di bisogni
- Prioritizzazione dei bisogni: survey e matrici dei bisogni
- Dai bisogni alle prestazioni tecniche: QFD – House of Quality

2. Dai requisiti del prodotto al Minimum viable product:

- il concetto di minimum viable product
- tecniche per realizzare il minimum viable product
- l'analisi della concorrenza alla ricerca di oceani blu
- generazione di idee per lo sviluppo di un prodotto vincente
- uno sprint di sketching del prodotto
- la definizione del product concept
- tecniche di storytelling per definire i requisiti di prodotto

DOCENTE

TUV RHEINLAND ITALIA – Primario ente a livello internazionale, con oltre 140 anni di esperienza nella fornitura di servizi di ispezione e certificazione di prodotti, impianti e sistemi di gestione.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 8 ottobre

PARMA, 14 settembre

MODENA, 29 settembre

RAVENNA, 4 maggio

CESENA, 8 giugno

RIMINI, 9 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5