



دانشگاه صنعتی شریف

مرکز توسعه فناوری و نوآوریهای صنعتی شریف

بنام خدا



هفتمین جشنواره ملی
نوآوری برتر ایرانی

کلیدهای نوآوری محصول

ارائه کننده: دکتر محمد ناطق
رئیس کمیته ارزیابی جشنواره

هفتمین جشنواره
نوآوری برتر ایرانی

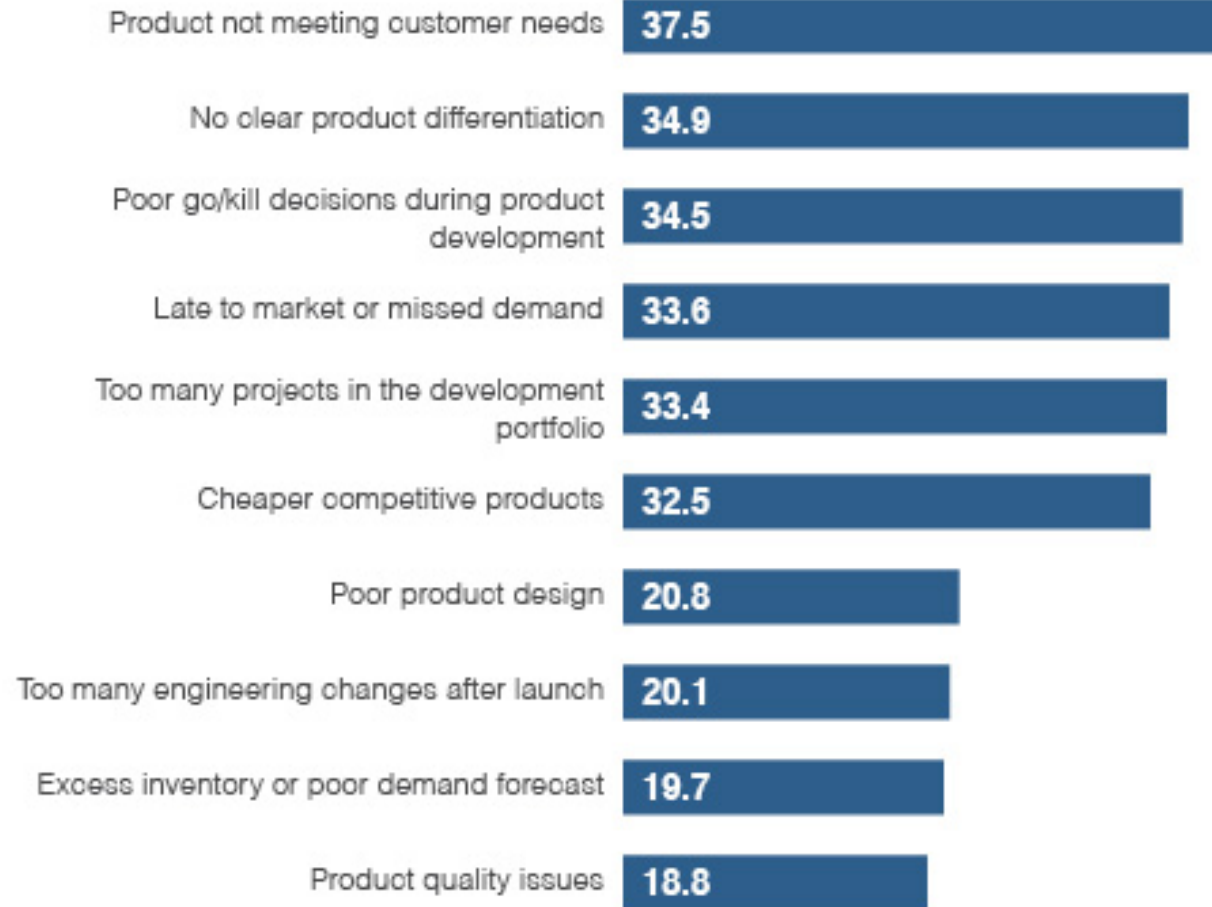


بزرگترین شکست های محصولات جدید در طول تاریخ



۱۰ دلیل اصلی شکست محصولات جدید

Key reasons why new products fail

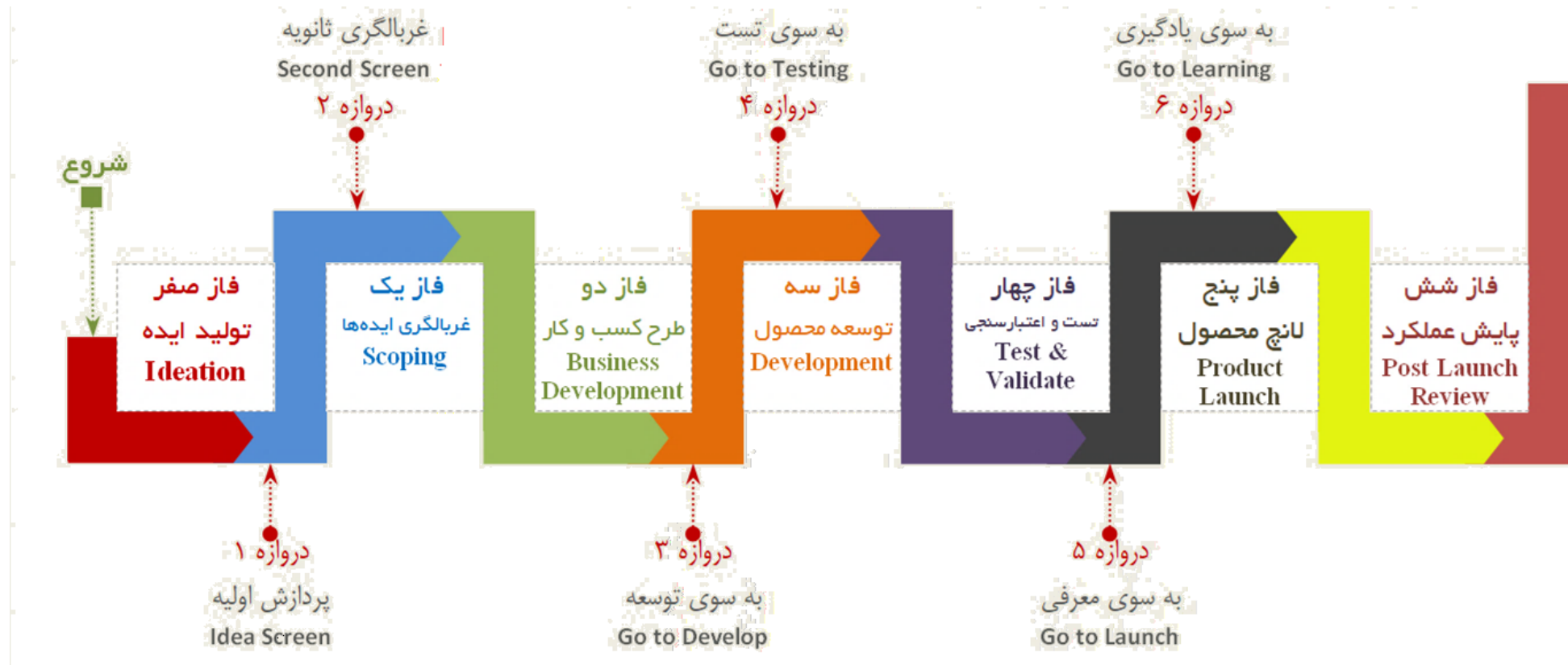


اجرای کلینیک نوآوری محصول



در بیش از ۱۴۰ شرکت بزرگ ایرانی

نقشه راه نوآوری محصول



نوآوری محصول از بازار تا بازار

Market to Market Product Innovation





فاز صفر

کلیدهای
توسعه آینده





توسعه ایده‌های جدید



با رویکرد نوآوری باز، شبکه‌ای از عوامل
مختلف را برای ایده‌پردازی و نیز توسعه به
کمک خود بگیرید





توسعه ایده‌های جدید

2

مشکلات و نیازهای مشتریان مهمترین منابع
ایده برای شما می باشند. آنها را دریابید.





توسعه ایده‌های جدید

3

تکنولوژیهای جدید و روندهای بازار را برای
دستیابی به ایده‌های پیشرو دنبال کنید



Top 10 tech trends that will shape the coming decade

Effects of technology trends up to 2050

- 1** Next-level process automation and virtualization

50%

of today's work activities could be automated by 2025
- 2** Future of connectivity

Up to **80%**

of global population could be reached by 5G coverage¹ by 2030
- 3** Distributed infrastructure

>75%

of enterprise-generated data will be processed by edge or cloud computing by 2025
- 4** Next-generation computing

>\$1 trillion

value potential of quantum-computing use cases at full scale by 2035
- 5** Applied AI

>75%

of all digital-service touch points (eg, voice assistants) will see improved usability, enriched personalization, and increased conversion
- 6** Future of programming

~30×

reduction in the working time required for software development and analytics
- 7** Trust architecture

~10%

of global GDP could be associated with blockchain by 2027
- 8** Bio Revolution

45×

cost reduction for sequencing the human genome has been achieved in the past 10 years
- 9** Next-generation materials

10×

growth in number of patents between 2008 and 2018
- 10** Future of clean technologies

>75%

of global energy will be produced by renewables in 2050



توسعه ایده‌های جدید

4

نیازمندیهای فناورانه را مستمراً مبتنی بر نقشه
راه فناوری و برنامه‌های توسعه محصول و نیز
چالش‌های عملیاتی تولید شناسایی کنید.





توسعه ایده‌های جدید

از تمامی عوامل داخلی و بیرونی به صورت همزمان جهت شناسایی بهترین راهکار برای چالش‌های فناوری خود بهره ببرید.

5





توسعه ایده‌های جدید

6

تمامی ایده‌های طرح شده را با جزئیات در بانک ایده، ثبت و طبقه‌بندی نمایید و تحلیل‌های مستمری را بر روی آن انجام دهید.





توسعه ایده‌های جدید

هم به دنبال افزایش کمیت ایده‌ها باشید؛
و هم افزایش کیفیت ایده‌ها.





توسعه ایده‌های جدید

به ایده دهندگان بازخور دهید و آنها را از نتیجه بررسی‌ها آگاه کنید. استمرار ایده‌های شما وابسته با بازخوردهای مناسب شماست.

8





توسعه ایده‌های جدید

9

نظام انگیزشی مناسبی را برای تقدیر از افراد صاحب ایده طراحی نمایید.





فاز یک

کلیدهای
غربالگری ایده ها





غربالگری ایده ها

1

ایده ها را به دقت بررسی و اولویت بندی کنید.
منابع را بر روی بهترین ایده ها متمرکز کنید.





2

مطمئن شوید ایده های منتخب با استراتژیهای
شرکت شما همراستا باشند.





غریبالگری ایده ها

3

از جذابیت و پتانسیل بازار نسبی ایده محصول
جدید اطمینان حاصل نمایید.





4

الزامات فنی و مهندسی و نیز امکانات تولید را
مورد بررسی اجمالی قرار دهید.





5

موضوعات مرتبط با حقوق داراییهای فکری و
پتنت های ثبت شده را مورد بررسی قرار دهید.





6

موضوعات مالی و سرمایه گذاری مورد نیاز را
مورد بررسی قرار دهید.





ریسک های مرتبط با توسعه محصول جدید را
مورد بررسی قرار دهید.





فاز دوم

کلیدهای
تهیه طرح کسب و کار





تهیه طرح کسب و کار



ایده محصول جدید را از نظر ارزش برای
مشتری تحلیل نمایید.





تهیه طرح کسب و کار



2

برای محصول جدید طرح کسب و کار جامعی
تهیه کنید.





تهیه طرح کسب و کار



3

تحلیل رقابتي کاملی در رابطه با رقباي مستقیم
و غیرمستقیم محصول جدید انجام دهید.





تهیه طرح کسب و کار



4

بخش های کلیدی بازار هدف را مشخص نموده و رفتار مشتریان را در این بازارها مورد تحلیل و بررسی قرار دهید. (پرسونای مخاطب)





تهیه طرح کسب و کار



5 روندهای بازار مرتبط با محصول را مورد بررسی قرار داده و از بازار آتی محصول جدید، اطمینان حاصل نمایید.





6

تحلیل فنی جامعی را در رابطه با تولید محصول
موردنظر انجام دهید.





تهیه طرح کسب و کار



اقدامات لازم برای ثبت حقوق داراییهای فکری
را آغاز نمایید.





تهیه طرح کسب و کار



برای ورود به فاز تولید محصول جدید، مطمئن شوید که طرح کسب و کار تهیه شده، موجه و مورد تایید است.

8





فاز سوم

کلیدهای
توسعه محصول جدید





فرایند ساخت نمونه آزمایشی را آغاز نمایید تا
بتوانید نمونه اولیه موجهی از محصول جدید را
توسعه دهید.





2

با برگزاری جلسات مختلف برای کل تیم توسعه
محصول جدید، هم‌زمانی بین اعضا ایجاد کنید.





3

زمانبندی توسعه محصول جدید را از ابتدا
مشخص نموده و بر اساس بهترین زمان عرضه
محصول به بازار، این زمانبندی را مدیریت کنید





4

اقدامات مرتبط با کنترل پروژه را به منظور
اطمینان از پیشرفت درست کارهای برنامه
ریزی شده به انجام رسانید.





5

تیم های داخلی مختلفی را به منظور تست جامع
و همه جانبه محصول اولیه، به کار بگیرید.





6

گروه مناسبی از مشتریان را به منظور کمک در تست نمونه های محصول، تشکیل دهید و بازخوردهای مستمری از آنها اخذ نمایید.





در انتها مطمئن شوید که محصول توسعه داده شده، نیازهای اساسی شناسایی شده مشتریان را به طرز مناسبی پوشش می دهد.





فاز چهارم

کلیدهای
تست و اعتبارسنجی





محصول جدید را قبل از ورود به بازار کاملاً
تست و از صحت عملکرد آن مطمئن شوید.



تست و اعتبارسنجی





2

تست ترجیحات مشتری را به عنوان ابزاری مناسب جهت انتخاب بین گزینه های مختلف و توسعه کارکردهای محصول جدید بکار گیرید.



تست و اعتبارسنجی





3

پس از اعمال برنامه های اصلاحی منتج از تست محصول، محصول جدید را مجدداً در فرایند تست از مشتریان قرار دهید.



تست و اعتبارسنجی



4

برنامه های تولید موردنیاز را برای تامین محصولات جدید بر اساس پیش بینی های انجام شده، تدارک ببینید.



تست و اعتبارسنجی





5

آموزش های موردنیاز برای عرضه محصول
جدید را به تیم های بازاریابی، فروش و خدمات
پس از فروش، تدارک ببینید.



تست و اعتبارسنجی





6

ابزارهای موردنیاز تیم فروش برای ارائه هر چه
بهتر محصول به مشتریان را تهیه نمایید.



تست و اعتبارسنجی





به تیم فروش آموزش دهید که ارزش را
بفروشند نه ویژگیهای محصول را.



تست و اعتبارسنجی





فاز پنجم

کلیدهای
لانچ محصول به بازار





بخش های اصلی بازار هدف را بر اساس
اقدامات انجام شده، مشخص نمایید.



لینچ محصول به بازار





2

استراتژی بازاریابی خود را به منظور موفقیت در
بازار تعیین نمایید.



لینچ محصول به بازار





3

اهداف فروش را برای کل بازار و نیز به تفکیک
بخش های اصلی بازار، مشخص نمایید.



لینچ محصول به بازار



4

آمیخته بازاریابی مناسب را برای عرضه
محصول به بازار مبتنی بر استراتژی بازاریابی،
تعریف نمایید.



لینچ محصول به بازار





5

پیام مبتنی بر ارزش و رسانه های هدفمند را
برای اطلاع رسانی مناسب و تاثیرگذار برای
مشتریان هدف، طراحی و اجرا نمایید.



لینچ محصول به بازار





6

رویداد داخلی و بیرونی مناسبی را برای معرفی
محصول جدید تدارک بینید.



لینچ محصول به بازار





ترجیحاً از قدرت ترفیعات فروش برای جذابتر
کردن برنامه لانچ استفاده نمایید.



لانچ محصول به بازار





8

چک لیست جامعی را برای لانچ تهیه نمایید و
قبل از لانچ محصول جدید، مطمئن شوید که
تمامی الزامات لانچ تیک خورده اند.



لانچ محصول به بازار





فاز ششم

کلیدهای
پایش موفقیت محصول





پس از عرضه محصول جدید به بازار،
بازخوردهای اولیه مشتریان را به دقت مورد
بررسی و تحلیل قرار دهید.



پایش عملکرد در بازار





2

مسیرهای در دسترس و آسانی را برای دریافت
فیدبک های مشتریان اول، فراهم نمایید.



پایش عملکرد در بازار





3

زمان مناسبی را برای رفع ایرادات احتمالی و پاسخ به مشتریان اول اختصاص داده و از کسب رضایت این مشتریان مطمئن شوید.



پایش عملکرد در بازار





4

برنامه های تولید و فروش را به منظور اطمینان
از پیشبرد مناسب کارها، مستمراً مورد پایش
قرار دهید.



پایش عملکرد در بازار





5

به دنبال جمع آوری تاییدات مشتریان مهم در اثبات عملکرد موفق محصول جدید باشید.



پایش عملکرد در بازار





6

به اهداف فروش تعریف شده پایبند باشید و
برای تغییر آن سخت گیر باشید.



پایش عملکرد در بازار





درس آموخته های حاصل از پروژه توسعه
محصول جدید را طی جلسات مشترک تجمیع و
مبنای بهبود فرایندهای آتی قرار دهید.



پایش عملکرد در بازار





نوآور باشيد