



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



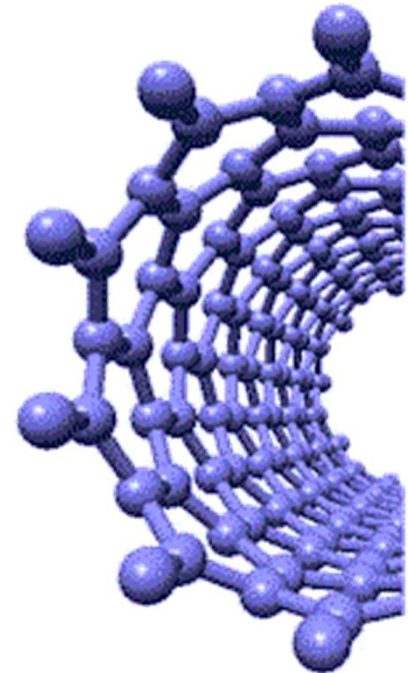
OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Inovace a rozvoj studia nanomateriálů na TUL

nano.tul.cz

Tyto materiály byly vytvořeny v rámci projektu
ESF OP VK: **Inovace a rozvoj studia nanomateriálů**
na **Technické univerzitě v Liberci**



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
www.tul.cz

Ing. Stanislav Petřík, CSc.,

Ing. Aleš Gardián, MBA (Elmarco s.r.o.), Fred Lybrand; MBA (Elmarco Inc., USA)

INOVACE A PODNIKÁNÍ **V OBLASTI NOVÝCH TECHNOLOGIÍ**

Řízení vývoje nových produktů

- Úvod
 - Produktový management
 - Klíčové aktivity ve vývoji nového produktu
 - Techniky používané pro testování produktů zákazníky
 - Případová studie
-

Produktový management

"Abyste dokázali rozpoznat nadcházející změnu, musíte odložit své vlastní hledisko a přijmout perspektivu svých zákazníků. Dívejte se jejich očima, žijte jejich život. Nedívejte se na ně jen z hlediska svých potřeb dosahovat stále vyšších příjmů. Snažte se porozumět jejich nevysloveným a nesplněným potřebám; zjistěte, jaké problémy je trápí, bez ohledu na to, zda souvisejí, nebo nesouvisejí s tím, co prodáváte."

Michael Hammer, Agenda 21

Produktový management

koncepce čtyř "P"

- product,
 - price,
 - place,
 - promotion
-

Produktový management

Produkt:

- to, co organizace nabízí na svém výstupu
- to, co je užitekem pro zákazníky.

Budoucnost producenta určuje úroveň uspokojení potřeb zákazníka, jinými slovy, nakolik zajímavý a kvalitní způsob uspokojení potřeb nabízí a čím se dokáže odlišit od konkurence.

Produktový management

Řízení produktu

Poprvé se pojem "product management" objevuje ve čtyřicátých letech 20. století u firmy Procter and Gamble jako označení činností spojených s prodejem konkrétního produktu.

Produktem se rozumí **jeden výrobek nebo služba** či jejich stejnorodá skupina.

Produktový management

U technologických společností

- lidé ve vývoji mohou znát technologické možnosti a potenciální budoucnost produktu
 - lidé kolem prodeje vědí, co zákazníci chtějí slyšet a jakými metodami je přimět k nákupu
 - není nikdo, kdo by byl schopen a ochoten nést zodpovědnost za to, že firma správně chápe a interpretuje potřeby zákazníků
 - u komplikovaných a náročných produktů je sporné, nakolik je vývoj plánovatelný a kontrolovatelný
-

Produktový management

Produktový manažer

Role produktového managementu v dnešní době je aktivně sledovat trh a ovlivňovat jej. Sledovat zákazníky, snažit se pochopit problémy, které řeší dnes. Musí vidět cestu, po které se ubírají a předvídat potřeby, které budou mít zítra. O tom musí manažeři produktů ve vlastní firmě hovořit s těmi spolupracovníky, kteří mají při realizaci produktové strategie význam - to jsou především lidé z vývoje, obchodníci, manažeři a ostatní.

Další kompetence řízení produktů:

- zadání marketingového průzkumu a analýz,
- řízení zásobníku námětů na nové produkty a řízení procesu jejich výběru,
- identifikace a analýza cílových skupin (positioning) - velikost, místo, motivy, chování, vazby atd.,
- návrh, plánování, dozor a analýza tržních aktivit (správa systému příležitostí),
- koncepce obchodní politiky, analýza prodejních aktivit, rozvoj systému motivace,
- tvorba plánu prodeje a analýza rentability produktu (market sizing, product profitability),
- tvorba a údržba scénářů - obchodních taktik (business case),
- analýza a zdokonalování procesu prodeje - optimalizace technik a metod prodeje (ideal sales process),
- integrace správy vztahů se zákazníky s ostatními marketingovými aktivitami,
- modelování faktorů ovlivňujících zákaznické chování, resp. chování trhu,
- cenová politika,
- zajišťování expertních informací pro krytí informačních potřeb prodejních kanálů a oddělení public relations

Zodpovědnosti produktového manažera:

- Defining and planning product lines and product enhancements
- Managing product contracts and sales
- Setting strategic direction based on customer needs and business goals
- Interpreting strategic goals into operational tasks
- Making proposals to senior management regarding implications of proposed plans
- Serving as a representative to internal and external clients. Taking the lead in establishing tactical plans and objectives
- Developing and implementing administrative and operational matters ensuring achievement of objectives
- Evaluating risks and trade-offs
- Proposing contingency plans
- Analyzing business processes and creating applications to improve or support those processes
- Branding
- Working with graphic designers to create look and feel
- Defining navigational flow and user experience
- Defining feature sets and scoping releases

A product manager is *not*:

A developer – Developers are focused on the technology and not the overall product. Some great product managers are former developers, but it is difficult to do both at once. There is a natural tension between developers and product managers that should be maintained to create a balanced product.

A software manager – the software manager is a functional manager and usually not focused on the product or the customers.

A project manager – project managers are about *how* and *when*, while the product manager is about *what*. Project managers work closely with product managers to ensure successful completion of different phases in the product life cycle.

A marketer – while product management is usually seen as a marketing discipline, marketers are focused on the marketing plan and are usually not driving the overall product direction.

Product Development

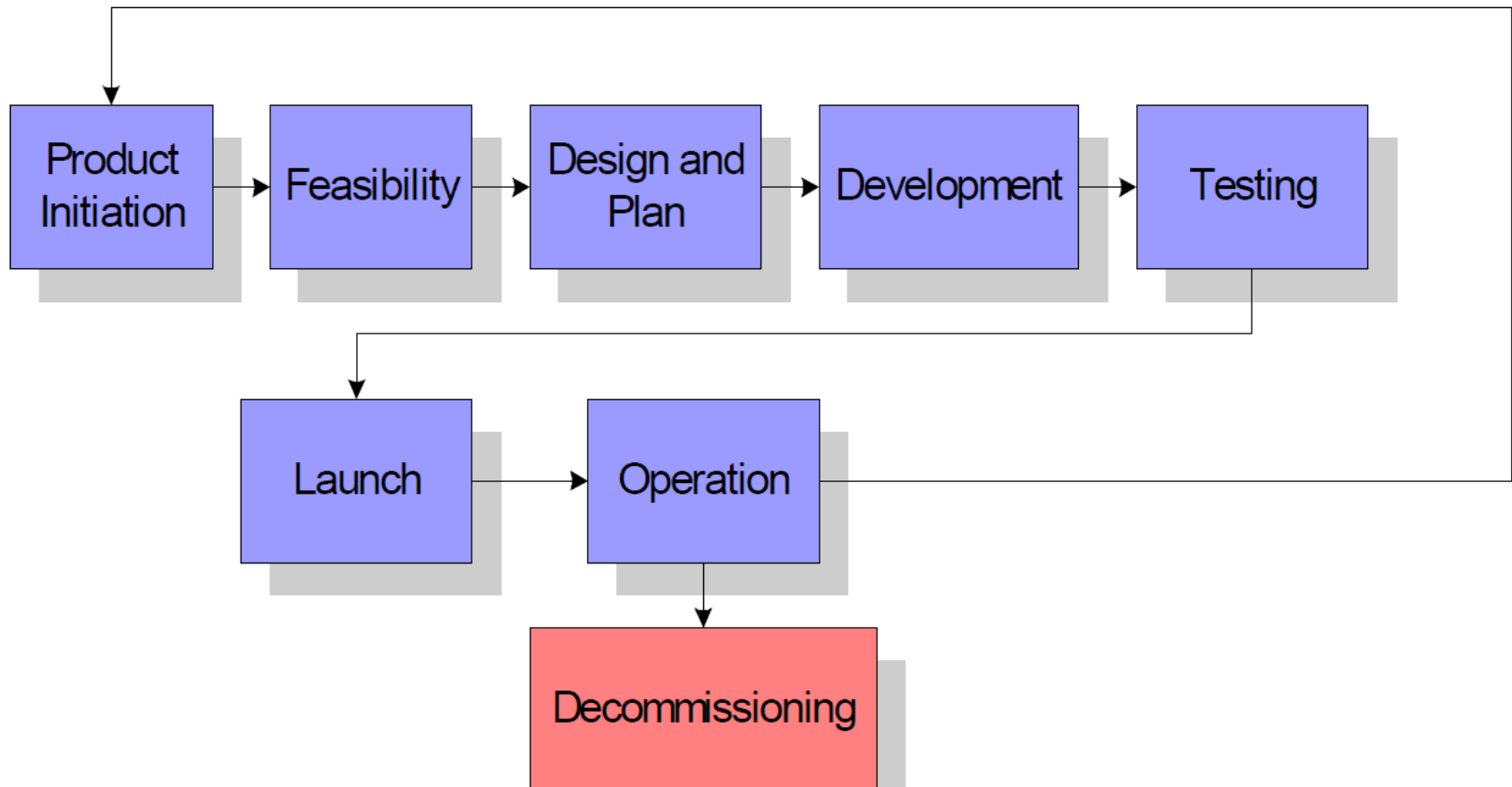
Product development is performed by a multi-disciplinary team whose goal is building, operating, and maintaining the product. Team members may include product managers, software developers, project managers, product operations engineers, customer support managers, software quality assurance engineers, user interface design engineers, marketers, financial personnel, and graphic artists.

The **product manager** serves as the leader of this cross functional team. While the product manager does not necessarily function as the operational manager for these people, she *does* lead, coordinate, and supervise their work toward the end goal of making the product a reality, launching it, operating it, and managing it throughout its life cycle.

Phillip J. Windley: The Discipline of Product Management

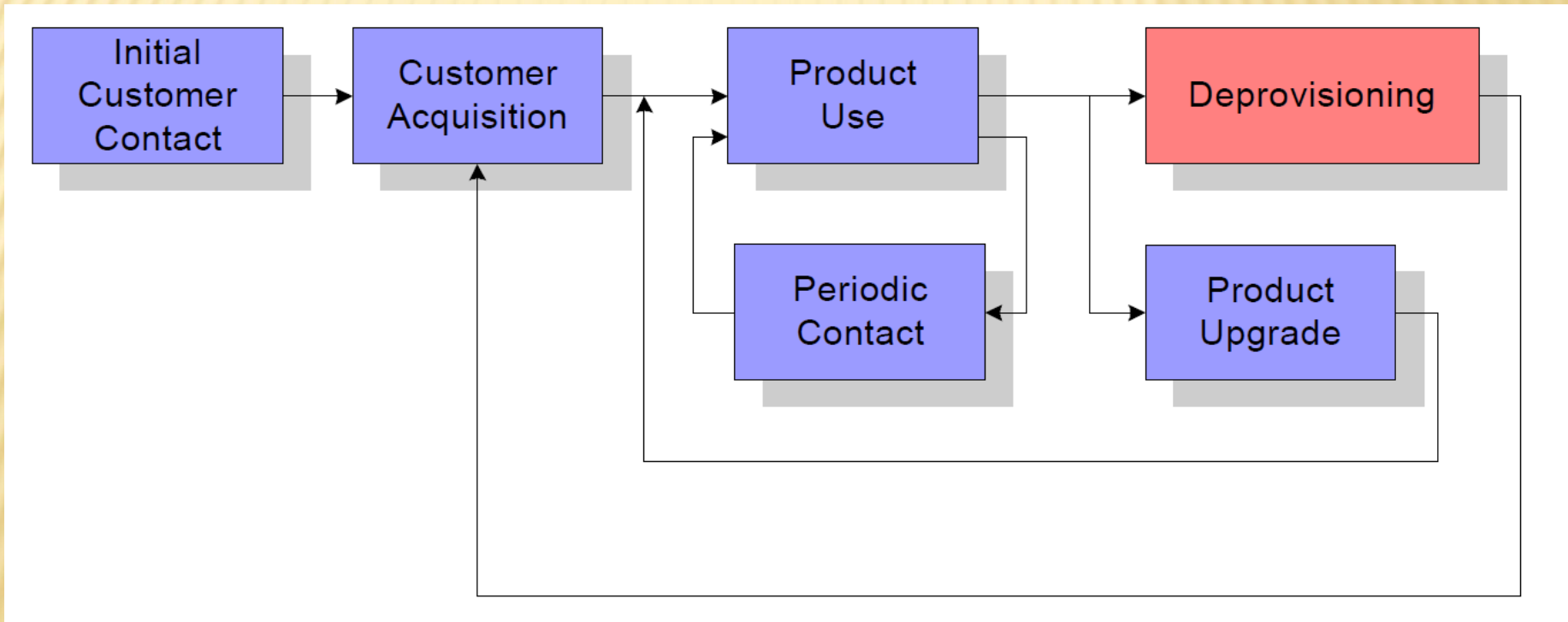
Product Life Cycle

1. Develop the product
2. Operate the product
3. Decommission the product



Customer Life Cycle

1. Customer buys the product
2. Customer uses product



The Discipline of Product Management

As a members of a discipline, product managers work at all levels of a company in the product development process.

Role	Driver	Work Product
Product Strategy Director	Business Strategy	Product Portfolio
Lead Product Manager	Product Life Cycle	Product Roadmap
Product Manager	Customer Life Cycle	Product

Případová studie:

Nový produkt NS 1WS500U („SuperLAB“)

