

LANCIO di NUOVI PRODOTTI

La First Round Review del MIT presenta una serie di ostacoli da superare nel lancio di nuovi prodotti:

Cosa voglio costruire? Ho le idee chiare?

Chi sarebbe il mio cliente ideale?

- Come potrei differenziare il mio prodotto in un mercato affollato?
- Per chi lavorare?
- Quando intervenire?
- Per soddisfare quali necessità?

Come posso valorizzare la mia idea?

- Come posso iniziare a conversare con i miei primi clienti?
- Cominciare dal livello basso e restare nel proprio segmento di mercato

Quali scopi assegnare alle vendite?

Come posso raccogliere le risposte ai prodotti?

- Operare iterativamente sui miei primi prodotti
- Dare priorità alle proposte dei clienti e trattarle al vertice

Non ho soddisfatto il mercato

- Cosa non ha funzionato?

Ho qualche cliente

- Come posso arrivare ad un vero successo di vendite?
- Rivedere gli approcci al mercato, ma senza pressione

Nuovi prodotti

- Come posso pensare di costruirne di nuovi?
- Trovare attività correlate
- Restare nel proprio segmento di mercato o affrontarne di nuovi?

Preparare una strategia

Commenti

Ogni azienda probabilmente possiede una propria lista di azioni relativa al lancio di nuovi prodotti. I suggerimenti del MIT possono comunque rappresentare un metro di confronto e di possibile revisione o completamento.