

产品创新 转型升级

课程背景:

公司每年花大力气参加的展会,为什么老客户在展位前只停留 5 分钟?为什么辛辛苦苦研发出来的新产品,销售额却很少?为什么我们研发的产品,到了市场上,客户总有很多意见?如何提高新产品开发的成功率?企业从市场上买来样品,照抄,这条路还走得通吗?如何进行新产品创新?有哪些有效方法?

课程收益:

- 企业产品创新的困境及形成的原因
- 掌握客户需求的管理方法,将客户的有效需求反馈到产品研发中去,形成竞争力
- 学习完之后,企业学会了这套产品创新的方法,避免走弯路,交学费.
- 学习完整产品的概念,掌握寻求产品创意的方法
- 学会完之后,在企业中会应用产品创新的流程,保证产品研发的质量
- 将客户纳入到产品创新的体系中,保证产品研发方向的正确性,提高成功概率.改变闭门造车的产品研发局面.

学员对象:

企业董事长,总裁,总经理,副总经理,研发部经理,市场部经理,技术研发人员

授课方式:

讲师讲授+案例分析+角色扮演+情景模拟+实操演练

课程时间:

2天,6小时/天

课程大纲

导引：中国企业研发的现状

第一讲:中国企业的研发之困

一.企业的六大研发困境 案例分享

- 1.模式
- 2.管理
- 3.技术
- 4.职能
- 5.人才
- 6.个人英雄式

二.产品现在的创新模式

- 1.产品创新的 5 大模式

三.市场营销的 4P

第二讲:传统研发方式

一. 三种研发方式

- 1.老板 案例分享
- 2.销售 案例分享
- 3.研发 案例分享

二. 中国企业面临的挑战

第三讲:优秀企业的创新之道

- 1.国内企业的创新之道 案例分享

2.国外企业的创新之道 案例分享

第四讲:产品创新的方向

- 一.产品创新的四个方向
- 二.知名企业产品创新的案例分享

第五讲:寻找产品创意的源泉

- 1.客户需求的调研 案例分享
- 2.小组互动讨论

第六讲:客户需求管理

- 1.客户需求十问
- 2.听的技巧
- 3.真正理解客户意图
- 4.客户需求收集的12种方法
- 5.深入了解客户需求的方法

第七讲:产品创新流程

一.完整产品的概念

- 1.产品的三大部分
- 2.完整产品的关键2个阶段
- 3.市场人员与研发人员的分工合作
- 4.完整产品的创意与概念测试
- 5.市场部门在产品创新中的地位
- 6.案例分享

二,产品创新的六个阶段

第八讲:产品需求管理

- 1.需求管理的5个阶段
- 2.需求管理的工具
- 3.案例分享
- 4.全过程的客户需求的七个方面
- 5.把握客户需求的关键二个方向
- 6.案例分享

第九讲:焦点小组

- 1.焦点小组的概念
- 2.焦点小组的作用
- 3.焦点小组的工作方法

第十讲:产品创新与企业战略

- 1.低成本战略目前的困境
- 2.产品创新的价值
- 3.以市场和客户为导向的产品创新 案例分享

第十一讲:课程收尾

1. 回顾课程
2. 答疑解惑
3. 合影道别