

باسمه تعالی

سیر مراحل تحقیق و توسعه

مرحله اول – تولید ایده :

❖ ایده از کجا نشأت گرفته (لازمه های پیاده سازی ایده)

۱. نیازسنجی های انجام شده
۲. تحقیقات صورت گرفته

مرحله دوم – غربالگری ایده:

❖ آنالیزهای انجام گرفته بر روی ایده (تست های آزمون و خطا)

۱. خطاهای رایج
۲. احتیاطهای اضافی

مرحله سوم – زمان توسعه محصول:

❖ تبدیل ایده به سوی فرآیند توسعه (مراحل ساخت نمونه اولیه)

۱. استراتژی بازاریابی
۲. موقعیت بندی ایده نهایی
۳. معرفی نمونه اولیه
۴. بررسی واکنش نمونه اولیه

مرحله چهار – تجاری سازی محصول:

❖ استراتژی بازاریابی (ارزیابی اندازه بازار برای محصول جدید)

۱. تقاضای محصول
۲. پتانسیل رشد محصول
۳. تخمین سود محصول در چند سال اول
۴. راه اندازی محصول
۵. انتخاب کانال توزیع
۶. الزامات بودجه برای سال اول

مرحله پنجم – توسعه مدل تجاری:

❖ مدل های تجاری با برآورد فروش (مقایسه محصول با دیگر محصولات)

۱. تعداد دفعات خرید و ماهیت تجارت
۲. برآورد هزینه تولید و توزیع محصول
۳. مبنای برآوردهای سود

مرحله ششم – تولید محصول:

❖ تولید واقعی نمونه اولیه تا محصولات نهایی (گزاره های نهایی تولید محصول)

۱. تصمیمات اتخاذ شده از نقطه نظر عملی
۲. بررسی امکان پذیر بودن ادامه تولید از لحاظ فنی و تجاری
۳. تجزیه و تحلیل تولید
۴. بررسی تناسب هزینه و برآورد پروژه

مرحله هفتم – آزمایشات بازار محصول:

❖ محصول جدید با نام تجاری (برند سازی و جا انداختن محصول در بازار)

۱. بسته بندی
۲. قیمت گذاری
۳. آماده سازی جذب فضای کسب و کار در ذهن مصرف کننده

مرحله هشتم – استراتژی ارائه محصول:

❖ فاز تجاری سازی در بازار هدف (قراردادهای منعقد شده)

۱. معرفی محصول جهت بقای شرکت
۲. نرخ بازگشت سرمایه
۳. ریسک شکست
۴. فرایند علمی تولید پیشنهادات جدید بازار