

Asiakaslähtöinen tuotekehitys -työpaja

1 Kiinnostava yritystarina

Toimivan yrityksen imagotutkimus

- Mitä asiakkaat ajattelevat yrityksestä?
- Mitä asiakkaat ajattelevat yrityksen tuotteista?

Yrittäjän tavoittelema mielikuva

- yrityksen arvot
- visio ja tavoitteet
- aseointi markkinoilla
- asiakaslupaus
- työkalut asiakaslupauksen lunastamiseen

Tuotteen markkinatutkimus

- asiakkaan ostomotiivit
- asiakastarpeiden selvittäminen
- asiakkaan ongelmakohtien tunnistaminen
- ostopaikka ja ostotavat
- tuotteen laatuvaatimukset
- tuotteen hintataso
- korvaavat tuotteet
- muut vastaavaa tuotetta myyvät yritykset - kilpailija-analyysi
- tuotteen markkinointikanavat
- asiakkaan haluama "tuotepaketti" - tuotekokonaisuus

2 Asiakkaat

- segmentointiperusteet
- asiakassegmentit
- ostajapersoonat asiakassegmentteihin

3 Markkinointi

- markkinointikanavat
- markkinointisuunnitelman tekeminen
- asiakkaan ostopolun rakentaminen
- tuotetarinan luominen

4 Tuotteiden testaus

Testituote nro 1

- markkinointikanava
- tuotetarina 1

Testituote nro 2

- markkinointikanava
- tuotetarina 2

Testituote nro 3

- markkinointikanava
- tuotetarina 3

Testituote nro 4

- markkinointikanava
- tuotetarina 4

5 Asiakaskokemusten kerääminen

- haastattelut
- asiakaskysely/kysymykset
- sähköiset palautekanavat

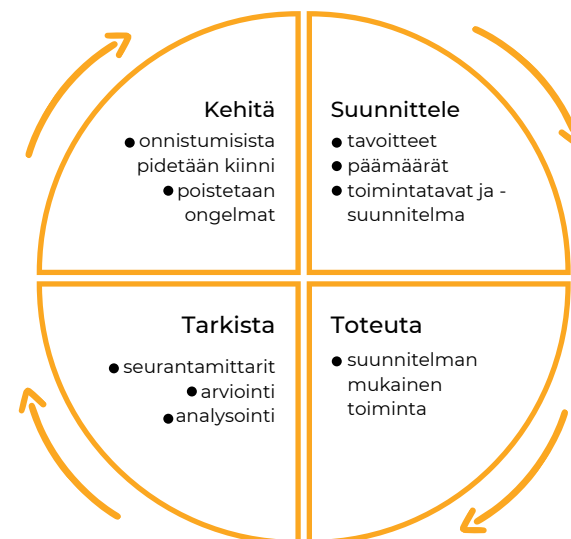
6 Kokemusten analysointi

Uusi testikierros

Tuotteen konseptointi

Kaupallistamisvaihe

7 Kehitysversiot testituotteista



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

eduko
Kouvolan Ammattiopisto

XAMK
Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

Hiomo