

Kreativ produktutveckling

Produktutveckling handlar om kreativ problemlösning, att utifrån en väldefinierad frågeställning ta fram nya produkter som löser problemet.

För att lyckas med detta krävs kunskaper om företagets produktionsprocess, målgrupper, distribution och marknad, men också kunskap om kringliggande branscher, konkurrenters produkter och inte minst en kreativ förmåga att tänka i nya banor och bryta invanda mönster.

Att hitta alla dessa egenskaper i en och samma person är givetvis mycket svårt om inte omöjligt. Detta gör att idé- och produktutveckling ofta är en mödosam process som tar tid, eftersom den som ska utveckla en ny produkt får lägga ner mycket tid och resurser på att ta in information från olika håll.

Ett mer effektivt sätt är att designa en kreativ process där olika personer med olika kompetenser samspelar. På så sätt kan man på kortare tid uppnå ett kreativt och bättre resultat genom att helt enkelt utveckla idéerna tillsammans.

Kreativ workshop

Själva idégenereringen sker mest effektivt och med bäst resultat genom en workshop – exempelvis en dag med ett väl sammansatt team som utifrån en väldefinierad frågeställning tar fram förslag på nya produkter.

Utgår från frågeställningen

En bra kreativ process utgår alltid från en välformulerad frågeställning. Ju vidare frågeställningen är desto större spridning får givetvis idéerna, ju smalare frågeställningen är desto mer specifika idéer. Några exempel på en frågeställning skulle kunna vara:

”Vilka nya varianter av vår produkt skulle attrahera vår nya målgrupp?”

”På vilket sätt skulle vi kunna använda våra ’restprodukter’ för att producera nya produkter på vår befintliga marknad?”

”Vilka varianter av vår produkt, inom ramen för vår befintliga produktion, skulle kunna innebära helt nya användningsområden och därmed nya marknader?”

Sammansättning av team

Hur man sätter samman det kreativa team som ger bäst förutsättningar för att få fram bra förslag på nya produkter beror givetvis på frågeställningen. Det är dock viktigt att alla i teamet har förmågan att tänka i nya banor och att de inte är låsta vid dagens produkter. Några exempel på kompetenser som bör finnas är:

- God kunskap om dagens produktion, dess möjligheter och begränsningar.
- God kunskap om angränsande produkter och erfarenhet av att utveckla sådana.
- God kunskap om målgruppen, dess önskemål, vanor och beteenden.

Kreativa verktyg

För att skapa en kreativ idégenerering som ger nya idéer, samtidigt som de nya produkterna faktiskt skapar nya affärsmöjligheter, används olika typer av kreativa verktyg.

- **Idégenereringsverktyg** – olika brainstormingtekniker för att få fram stora mängder idéer som sedan kan vidareutvecklas.
- **Realiseringsverktyg** – på vilket sätt skulle man kunna realisera idéerna (från idé till produktion)?
- **Prioriteringsverktyg** – för att ”skilja agnarna från vetet” och sortera ut de idéer och produkter som är värdefulla att gå vidare med.

Processledning

Det är lätt att tro att om vi bara samlar rätt personer så kommer idéerna att flöda. Det krävs dock både erfarenhet och kunskap för att leda en grupp i kreativ idéutveckling. Det krävs också, förutom god kunskap i olika kreativa tekniker, god erfarenhet av att leda grupper, hålla energinivån hög, få personerna att bygga på varandras idéer och därmed få nya produkter att växa fram.

Falkner Konsult har en mångårig erfarenhet av processledning och kreativ affärsutveckling. Kontakta oss för ett möte så tar vi gemensamt reda på hur vi på bästa sätt ger din produktutveckling en kreativ knuff i rätt riktning.



F A L K N E R

Ledarstöd för visionsstyrd affärs- och verksamhetsutveckling

Box 5009 | 102 41 Stockholm | Besöksadress: Adolf Fredriks Kyrkogata 2 | tfn 070-347 72 61 | info@falkner.se | www.falkner.se