

Tässä numerossa

Roadmapping

Massakustomointi

11
2009

Roadmapping

Menetelmä yhteisen kehityspolun kartoittamiseen

Roadmapping on prosessi, joka kokoaa asiantuntijat ja johdon kuvaamaan yhdessä yrityksen strategiset kehityspolut.

Roadmap on yksinkertainen, mutta tehokas viestinnän ja yrityssuunnittelun väline. Asiakkaamme ovat laatineet avullamme roadmapeja mm. seuraaviin tarkoituksiin:

- Ohjelmistotuotteiden kehityssuunnitelma
- Organisaation ja sen tarjoamien palveluiden muutosprosessin ohjelmointi
- Eri tuotelinjojen tuotekehitysstrategia
- Organisaation toimintatapojen nostaminen uudelle tasolle kehitysohjelman avulla
- Muutosprosessi, joka liittyy uuden palvelun käyttöönottoon
- Yrityksen kansainvälistymissuunnitelma

Hyödyt

Roadmapping on suunnitteluprosessi, joka linkittää strategian toteutukseen konkreettisella ja ymmärrettävällä tavalla. Se auttaa priorisoimaan ja ajoittamaan investointeja. Se helpottaa haastavien mutta realististen tavoitteiden asettamista.

Roadmap parantaa viestintää yrityksen eri toimintojen välillä. Se toimii pohjana tiimien toiminnan suunnittelulle ja ohjaukselle.

Roadmap sitoo yrityksen kehittämisen ja muutoksen asiakkaiden ja liiketoimintaympäristön tarpeiden kehittymiseen.

Teknologiroadmap on kehittäjä- ja asiakasviestinnän työkalu, joka auttaa päättäjiä hahmottamaan muutosten mahdollisuudet ja varautumaan niihin ajoissa.

Se sitouttaa teknologiayrityksen asiakasta pitkäjänteiseen yhteistyöhön.

Sisältö

Roadmapping-prosessin lähtökohtana on liiketoiminnallinen tarkastelu. Roadmapin kohteesta riippuu, mitä muita ulottuvuuksia prosessin aikana tarkastellaan.

Seuraavassa on esimerkkinä tuote/palvelu-kehityksen roadmap-prosessin vaiheet ja niiden avainkysymykset:

1. Määrittely: Mihin roadmap kohdistuu; kuka osallistuu sen laadintaan ja arviointiin; mitkä ovat suunnittelun vaatimukset ja reunaehdot?

2. Liiketoiminnallinen tarkastelu: Mitkä ovat strategian keskeiset tavoitteet ja mittarit; mitä vaatimuksia liiketoimintaympäristö asettaa; miten eri asiakassegmenttien tarpeet kehittyvät?

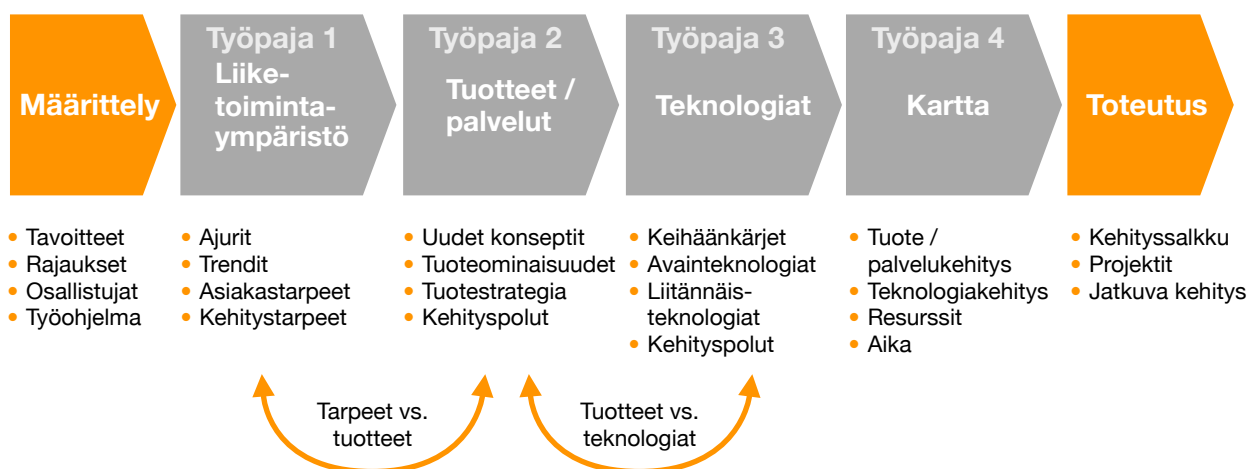
3. Tuote/palvelutarkastelu: Mitä ovat uudet tai uudistuvat konseptit; mitä ovat uudet ja väistyvät tuotteet tai palvelut?

4. Teknologia-tarkastelu: Mikä on teknologioiden elinkaari; mitkä ovat tulevat teknologia-alustat ja niiden kehityspotit?

5. Kartta: Miten organisoida ja ajoittaa tuote/palvelutarjoama suhteessa teknologian mahdollisuuksiin; mitä resursseja tarvitaan; mikä on ajoitus?

6. Toteutus: Mitä hankkeita ja projekteja käynnistetään; miten kehitystä johdetaan roadmapin viitoittamalla tavalla?

Esimerkki: Teknologia-roadmapping -prosessi (© 2007 AE Partners Oy)



Kuvaustapa

Roadmapin esitystapa vaihtelee. Se voi olla tekstidokumentti tai graafinen esitys, verkkosivusto tai vaikka video.

Graafinen roadmap tiivistää sanottavansa parhaimmillaan yhdelle sivulle. Se muodostuu ”kaistoista”, jotka jäsentävät sisällön hallittavaan muotoon aika-akselilla.

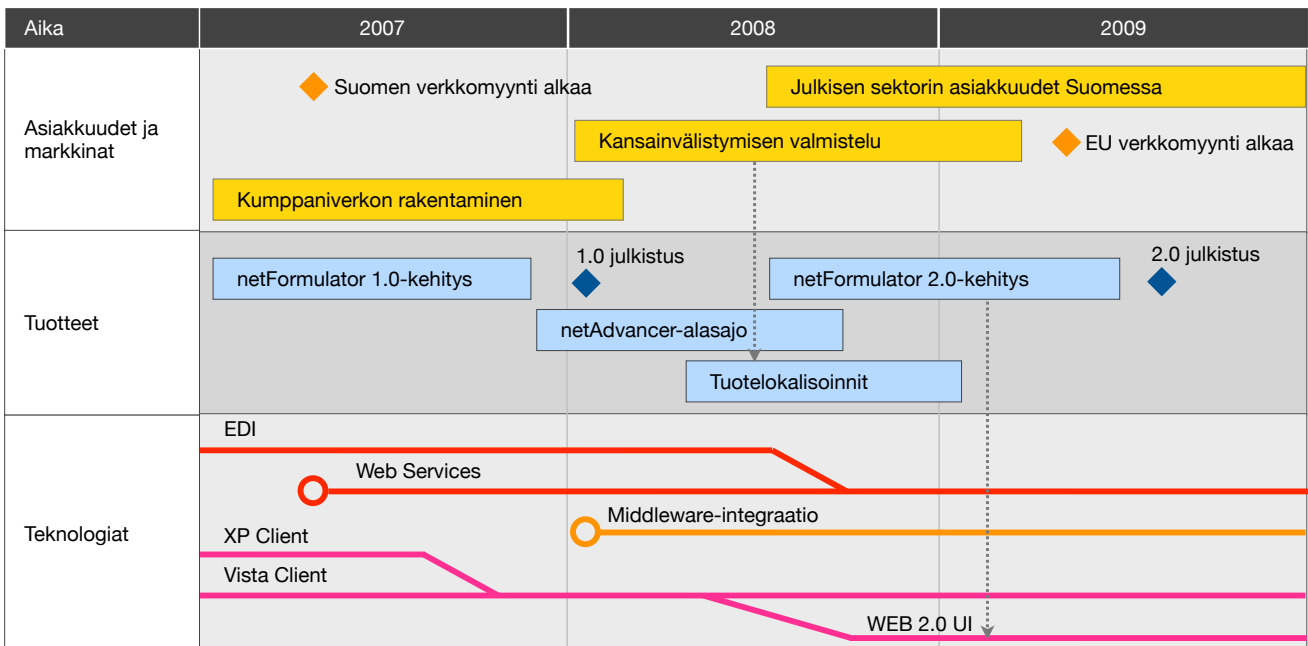
Kaistoilla on prosesseja, tuoteversioita jne. kuvaavia elementtejä, jotka voivat linkittyä toisiinsa nuolilla tai viivoilla. Tavoitteet merkitään erottuvasti. Värien ja muotojen vaihtelu helpottaa kartan lukemista.

Verkkosivustona tai –sovelluksena roadmap voi olla todellinen elämys, joka mahdollistaa erilaisten mediaelementtien käytön ja asiaa valaisevaan tausta-aineistoon paneutumisen.

Ylläpito

Roadmap ei ole staattinen, jäädytetty tulevaisuuskuva. Säännöllinen vertailu toteutumaan ja tarvittava kehittäminen tekevät roadmapista elävän osa yrityksen suunnittelujärjestelmää.

Esimerkki: Tuote-roadmap, kuvitteellinen esimerkki (© 2007 AE Partners Oy)



Massakustomointi

- matkalla kohti yksilöllisyyttä

Massakustomointi oli vuosituhannen vaihteessa kuuma puheenaihe. Erilaiset verkkopalvelut loivat illuusion yksilöitävistä mutta kohtuuhintaisista tuotteista. Totuus on ollut kuitenkin toista: pelkkä näyttävä käyttöliittymä ei riittänytään asiakaslupauksen täyttämiseen. Koko tarjontaketju olisi pitänyt saada mukaan.

Fabrizio Salvador, Pablo Martin de Holan ja Frank Piller ovat yli 10 vuoden ajan kartoittaneet massakustomoinnin tilaa ja tulevaisuutta (MIT Sloan Mag. 3/2009). He ovat tunnistaneeet menestystekijät, joiden avulla suurin osa teollisuusyrityksistä pystyisi tarjoamaan yksilöllistettyjä tuotteita tavoittelematta heti "täydellistä ratkaisua".

Onnistumisen avaimena tutkijat pitävät sitä, että massakustomointia on tarkasteltava kyvykkyyksien kehittämissäprosessina. Prosessi johtaa vähitellen kohti parempaa asiakastuntemusta ja rikastuttaa yrityksen nykyistä tarjoomaa.

Menestystekijät

Yrityksen on kehitettävä osaamistaan ja työkalujaan seuraavilla alueilla:

1) Yrityksen pitää pystyä tunnistamaan tuote- ja palveluominaisuudet, joissa asiakkailla on toisistaan poikkeavia tarpeita. Toteutustapoja ovat verkkopohjaiset innovaatiotyökalut, virtuaalinen konseptien testaus ja asiakkaiden verkkokäyttötymisen analysointi.

2) Yrityksen on pystyttävä hyödyntämään ja yhdistelemään uudella tavalla olemassa olevia organisaationsa ja tarjontaketjun resursseja. Tämä edellyttää joustavaa automaatiota, modulaarisia tuotteita sekä muutosmyönteistä johtoa ja henkilöstöä.

3) Yrityksen tulee auttaa asiakkaita tunnistamaan tai määrittelemään tarvelähtöisiä ratkaisuja yksinkertaisella ja intuitiivisella tavalla. Tähän on tarjolla jatkuvasti kehittyviä verkkopalvelumalleja, jotka pystyvät esim. asiakkaan tarve-määrittelyn perusteella ehdottamaan yksilöllistä tuotekonfiguraatiota.

Kuvat: Trexi / Play Imaginative PTE LTD



Julkaisija

AE Partners Oy www.aepartners.fi
Toimittanut Aarni Heiskanen
Puh. 040 730 4812