

Generación y Evaluación de Ideas

GENERACIÓN DE IDEAS

La generación de ideas se resume en un proceso creativo para desarrollar y comunicar nuevas ideas.

El proceso de la generación de ideas inicia sobre lo que debe de ser el nuevo producto; las empresas seleccionan las más adecuadas para los mercados y las que se adapten a las posibilidades técnicas de la organización, se lleva a cabo el desarrollo de concepto con la descripción del nuevo producto, y se realiza una prueba (investigación de ideas) en el mercado para conocer la aceptación de los posibles consumidores; más adelante se crea un análisis económico para la previsión de ingresos, los costos de producción y lanzamiento, existen varios métodos que te ayudan a proporcionar más información para la generación de ideas, aquí algunas de las propuestas:

Realizar encuestas a los clientes afuera de los puntos de venta.

Utilizar grupos de clientes que sugieran ideas y necesidades de los nuevos productos de las empresas.

Observar a los clientes sobre cómo usan los productos y así puedan sugerir nuevas ideas.

Organizar visitas a ferias comerciales.

Investigar a la competencia, sus productos y estrategias.

EVALUACIÓN DE LAS IDEAS

Otra de las maneras que las empresas pueden generar nuevos productos y mejorar sus estrategias es tener fuentes externas de ideas, los mismos proveedores y distribuidores pueden ayudar a la organización, a realizar mejoras en los productos y servicios. Los proveedores también son una fuente confiable de la evaluación de la ideas, ayudan con nuevos conceptos, técnicas y materiales a utilizarse en el desarrollo de nuevos productos.

Pero las fuentes más importantes para la generación de ideas, son los mismos clientes, la empresa analiza por medio de preguntas y quejas de los clientes para mejorar los problemas o bien, para generar nuevos productos.

Generación y Evaluación de Ideas

Hoy en día algunas empresas están creando centros de innovación donde se generan una gran cantidad de ideas por parte de los clientes. Estos centros tienen la principal tarea de lograr comprender las más profunda necesidad de los clientes y vincular estas necesidades al departamento de desarrollo de productos.

Por ejemplo, la empresa de bebidas de Café Starbucks realiza un programa “My Starbucks Idea” donde abre un portal de internet a los clientes para que puedan compartir sus experiencias, pero además puedan analizar los productos e incluso puedan votar por los productos y servicios ofrecidos por la empresa.

Otro método que se está utilizando con muchos beneficios es el llamado “CrowdSourcing” que consta de invitar a gran cantidad de personas como clientes, empleados, científicos e investigadores o al público en general al proceso de innovación o desarrollo de nuevos productos.

La depuración de ideas te ayuda a examinar ideas de nuevos productos para encontrar las mejores y tratar de eliminar las malas lo más rápido que se pueda hacer. (Kotler & Armstrong, 2012)