



Produktu eta Prozesu Berriak Garatzeko Prozesua

Ingurune aldakorrek produktiboagoak izatera behartzen ditu enpresak, baina horrez gain, baita berritzera eta dibertsifikatzera eta negozio-eredu berriak sortzeko prestatzera ere. Ezagutza-maila handia izatea ez da baldintza nahikoa enpresek bizirik irauteko. Era berean, ez da nahikoa merkatura egokitutako askotariko produktuak etengabe doitzeko eta merkatuan abiarazteko gaitasun handia izatea (izan ere, produktuen gehiegizko pertsonalizazioa edo produktuen/zerbitzuen portfolio oso zabalak ezartzea bideraezina da).

Lortek P/PBGP Metodologia

P/PBGP zerbitzuaren helburua **negozio-eremua sakon aztertu eta lotura berri bat identifikatzea da; enpresaren jardueraren mugen barruan eta mugetatik kanpo** aukerak sortzeko lotura bat. Horretarako sormena sustatuko da, kanpoko zein barruko seinaleen bidez barne-berrikuntzako sare bat sortu eta enpresak, jasangarria den heinean, hazten jarrai dezan, berrikuntza-ikuspegi operatiboago baterantz doazen dinamikak zabalduz eta merkatu, produktu zein irtenbide eta zerbitzuen hobekuntzan dibertsifikatuz.

• Bilaketa estrategikoa

Prozesu osoan ezarriko da adimen lehiakorreko sistemaren bidez, aukerak identifikatetik irtenbideak asmatu eta garatzeraino.

• Esplorazio-fasea

Aurreko fasean identifikatutako aukera bakoitzaren balio-proposamenak definitu eta partaidetza-prozesu batean, inpaktuen eta konplexutasunaren arabera sailkatuko ditugu.

• Ideiak garatzeko fasea

Ibilbide-orri bat diseinatu eta honako hauek zehaztuko ditugu:

- Ideiak garatzeko faserako merkatu objektibo estrategikoa.
- Merkatu honetara zuzentzen den zerbitzuaren edo gutxieneko produktu bideragarriaren ezaugarriak.
- Bideragarria den zerbitzu edo produktu minimoa lortzeko behar diren gutxieneko baliabideak

