

همه چیز درباره طراحی و توسعه محصول جدید به زبان ساده؛ (گام اول: تعیین ویژگی‌های محصول)



اگر به فکر تولید محصولی جدید هستید یا می‌خواهید به کار تولید مشغول شوید و به دنبال ایجاد تغییرات اساسی در محصولات فعلی هستید با ما همراه باشید. قبل از شروع کار تولید ابتدا باید محصول طراحی شود. امروز می‌خواهیم با هم ببینیم که چه طور می‌توان محصولی جدید طراحی کرد.

طراحی محصول چند مرحله دارد:

۱. تعیین ویژگی‌های محصول ۲. تولید مفاهیم ۳. انتخاب مفهوم

هر یک از این مراحل را با ذکر نمونه، گام به گام با هم اجرا می‌کنیم. برای اینکه محصولی طراحی کنیم باید ابتدا ویژگی‌هایش را مشخص کنیم. ویژگی‌های محصول ما همان نیازهای مشتریان ما هستند. چون ما محصول را برای مشتریان تولید می‌کنیم و محصول تولید می‌شود تا نیازی را برآورده کند. بنابراین باید جواب این سوال را پیدا کنیم " مشتری در مورد این محصول چه نیازهایی دارد؟"

فرض کنید که یک کارگاه تولید پاستیل داریم و به دنبال تولید محصولی جدید هستیم. پاستیل مثال خوبی است از این جهت که تنوعش در بازار بسیار زیاد است. از طعم و رنگ و شکل بگیر تا ایرانی و خارجی بودنش. این مثال می‌تواند به ما نشان بدهد که همیشه ممکن است برای مشتری نیازهای رفع نشده و نوآوری‌های انجام نشده‌ای وجود داشته باشد. اینها همان فرصت‌های کارآفرینی هستند. برای پیدا کردن نیازهای مشتریان باید از آنها سوال کنیم. با توجه به اینکه محصول مورد نظر ما برای چه کسانی تولید می‌شود به صورت رندوم به آن جامعه‌ی آماری مراجعه کرده و پرسیم که شما دوست دارید این محصول چگونه باشد؟ مثلاً درباره پاستیل که مورد استفاده کودکان و بانوان است، این سوال که " چه پاستیلی دوست دارید؟ " مطرح شده و این پاسخها دریافت شده است:

- پاستیل نرم باشد.
- بعد از بازکردن بسته‌بندی نایلونی پاستیل و در معرض هوا قرار گرفتن، سفت نشود.
- مواد اولیه شیرین‌کننده پاستیل از شیرین‌کننده‌های طبیعی باشد که افراد دیابتی هم بتوانند از پاستیل استفاده کنند.
- میزان مواد اولیه‌ی شیرین‌کننده به‌کار رفته در پاستیل کم باشد تا دندان افراد را خراب نکند.
- میزان مواد اولیه‌ی شیرین‌کننده به‌کار رفته در پاستیل کنترل شده باشد تا افراد چاق، افرادی که رژیم دارند و افرادی که میزان کالری خوراکی برای آنان مهم هست هم بتوانند از آن استفاده کنند.
- قابلیت نگهداری داشته باشد تا بتوان آن را در حجم زیاد برای مهمانی‌ها تهیه کرد و برای چند روز قابلیت نگهداری در دمای اتاق یا یخچال را داشته باشد.
- پاستیل‌ها ویتامینه باشند تا برای سلامتی کودکان و افرادی که زیاد مصرف می‌کنند، مفید باشد.
- مقدار نشاسته‌ی به‌کاررفته در پاستیل کم باشد تا خاصیت چاق‌کنندگی نداشته باشد.
- بسته‌بندی‌ها و شکل‌های مخصوص خانم‌ها داشته باشد.
- بسته‌بندی‌ها و شکل‌های مناسب کودکان داشته باشد.
- شکل ظاهری پاستیل به صورت نماد ماه تولد باشد.
- پاستیل‌ها در اندازه‌های خیلی کوچک و میلی‌متری برای تزئین کیک و ژله تهیه شود.
- پاستیل‌های با طعم نعنائی شور باشد که همراه با ماست قابل استفاده باشد.
- پاستیل‌های با طعم دارچین، شیرین بوده و در دهان زود حل شود که با چای قابل استفاده باشد.
- پاستیل‌ها قابلیت نگهداری در فریزر داشته باشند و بعد از بیرون آوردن از فریزر و یخ‌زدایی شکل فیزیکی و نرمی و سفتی آن مثل روز اول باشد.
- پاستیل‌های نرم مخصوص کارخانجات تولید بستنی برای ترکیب‌شدن در بستنی تهیه شود.
- مواد افزودنی شیمیایی و مصنوعی نداشته باشد تا پاستیل‌های باقی‌مانده و استفاده نشده را بتوان پای گلدان‌ها و در باغچه‌ها ریخت.
- پاستیل‌ها خاصیت خوشبوکنندگی دهان داشته باشد مثل برخی آدامس‌ها.
- پاستیل‌ها در دهان خاصیت خنک‌کنندگی داشته باشند به‌خصوص برای فصل تابستان.
- پاستیل‌های نعنائی به‌شکل برگ نعنا و سبز رنگ باشند.

- حالا باید محصولات (پاستیل‌های) موجود در بازار را بررسی کنیم، ببینیم این ویژگی‌ها را دارند یا خیر؟ ممکن است، برخی مارک‌های پاستیل این ویژگی‌ها را داشته باشند.



بررسی پاستیل‌های موجود در بازار از نظر این ویژگی‌ها:

- نرم بودن پاستیل: پاستیل‌های موجود از لحاظ نرمی تقریباً همگی در یک طیف هستند و نمونه پاستیلی که خیلی نرم باشد و در دهان ذوب شود در بازار موجود نیست.
- پاستیلی که بعد از باز شدن نایلون و در معرض هوا قرار گرفتن سفت نشود: اطلاعاتی مبنی بر وجود پاستیل با این ویژگی پیدا نشد.
- پاستیل رژیمی: در حال حاضر برندهایی چون شیبا پاستیل رژیمی را با طعم‌هایی چون آلوئه ورا، در وزن‌های ۱۰۰ گرمی و برند ویدال پاستیل رژیمی را با عنوان پاستیل بدون گلوتن و در حجم‌های مختلف به صورت عمده تولید و عرضه می‌کنند.
- پاستیل کم شیرین برای سالم ماندن دندان: به جز پاستیل‌های رژیمی و پاستیل‌های دیابتی و پاستیل‌های معمولی که شیرین هستند، پاستیل‌های کم شیرین مخصوص افرادی که رژیم و دیابت ندارند اما نگران آسیب شیرینی پاستیل بر دندان خود هستند، نداریم. وقتی پاستیل وارد دهان می‌شود یک تکه کوچک از آن وقتی

به دندان می‌چسبد برای تبدیل شدن به اسید توسط باکتری‌های دندان و در نتیجه پوسیدن دندان کافی است پس کاهش شیرینی پاستیل‌ها مورد مهمی است.

- پاستیل دیابتی: در حال حاضر پاستیل مخصوص افراد دیابتی در بازار وجود دارد. اما تعداد مارک‌های بسیار بسیار کمی به این امر پرداخته‌اند.

- پاستیل دارای ماندگاری چند روزه: یک نوع پاستیل کیوی با ماندگاری بالا در بازار وجود دارد.

- پاستیل ویتامینه: پاستیل‌های ویتامینه با ویتامین سی، امگا ۳ و مولتی ویتامین در بازار وجود دارند که در داروخانه‌ها به فروش می‌رسند.

- چاق کننده بودن پاستیل: تاکنون به تغییر فرمول پاستیل برای چاق کننده نبودن آن، فکر نشده.

- پاستیل در اشکال مخصوص بانوان: در بازار پاستیل‌هایی با اشکال مورد پسند خانم‌ها مثل گل رز موجود نیست.

- پاستیل با شکل‌های مخصوص کودکان: در حال حاضر در بازار به وفور وجود دارد.

- پاستیل به شکل نماد ماه تولد: پاستیل در این اشکال در بازار موجود نیست.

- پاستیل ریز مخصوص تزئین کیک و ژله: پاستیل با این ویژگی‌ها در بازار موجود نیست.

- پاستیل نعنایی شور: پاستیل نعنایی شور مزه در بازار موجود نیست.

- پاستیل دارچینی شیرین: در بازار پاستیل دارچینی شیرین موجود نیست.

- قابلیت نگهداری در فریزر: پاستیلی که این قابلیت و ویژگی را داشته باشد در بازار پیدا نکردیم

- پاستیل مخصوص کارخانجات بستنی: پاستیل مخصوص کارخانجات بستنی برای به‌کاربردن در فرمولاسیون بستنی و مخلوط شدن با بستنی در بازار وجود ندارد.

- پاستیل بدون مواد افزودنی: پاستیل‌های موجود در بازار همگی حاوی مواد افزودنی و نگهدارنده هستند اما ایده استفاده از آنها در گلدان‌ها عملی به نظر نمی‌رسد.

- پاستیل خوشبوکننده دهان: در بازار در حال حاضر پاستیل با ویژگی خوشبوکنندگی دهان موجود نیست.

- پاستیل با خاصیت خنک کننده دهان: در بازار در حال حاضر پاستیل با ویژگی خنک کننده دهان وجود ندارد.

- پاستیل نعنایی به شکل برگ نعنا و سبز رنگ: در میان پاستیل‌های رنگارنگ و شکیل موجود در بازار پاستیل نعنایی به شکل برگ نعنا و سبز رنگ موجود نیست.

امتیازدهی به ویژگی‌های مورد نظر:

تا اینجا ویژگی‌های کلی برای محصول مشخص شده است. حالا باید ویژگی‌های اصلی محصول را تعیین کنیم. برای این کار از نمره دادن و وزن دادن به هر یک از این ویژگی‌ها استفاده می‌کنیم.

برای نمره دادن به هر یک از این ویژگی‌ها از "ترازیابی رقابتی" استفاده می‌کنیم. ترازیابی رقابتی یعنی بررسی کنیم که آیا پاستیل‌های موجود این ویژگی‌های مورد نیاز مشتری را دارند یا خیر .

براساس ترازیابی رقابتی و نیز اهمیت اضافه شدن ویژگی مورد نظر به پاستیل، به هر یک از این ویژگی‌ها یک شماره اختصاص می‌دهیم. مثلا من اعداد ۲، ۴ و ۶ را در نظر گرفتم. بر چه اساس این شماره‌ها را اختصاص می‌دهیم؟ ارزش‌گذاری شماره‌ها بدین صورت در نظر گرفته شده‌اند:

عدد ۲: ویژگی که در حال حاضر در پاستیل‌ها وجود دارد پس به صرفه نیست که به آن پردازیم.

عدد ۴: ویژگی‌هایی که کم و بیش وجود دارد در محصولات، نوآوری نیست اما هنوز جا دارد که به آن پردازیم و هنوز بازار از آن اشباع نشده‌است.

عدد ۶: ویژگی‌هایی که در محصولات موجود در بازار وجود ندارد، نوآوری است و خوب است به آنها پردازیم.

ویژگی	امتیاز	ویژگی	امتیاز	ویژگی	امتیاز	ویژگی	امتیاز	ویژگی	امتیاز
A	2	E	4	I	6	N	6	Q	4
B	6	F	4	J	2	L	6	R	6
C	2	G	2	K	6	O	4	S	6
D	4	H	6	m	6	p	6	t	4

تعیین ویژگی‌های نهایی:

همان‌طور که دیدید تا اینجای کار ویژگی‌هایی که طبق بررسی‌ها می‌خواهیم به آنها پردازیم مشخص شدند.

ویژگی‌هایی که در درجه اول اهمیت قرار دارند آنهایی هستند که عدد ۶ گرفتند.

ویژگی‌هایی که در درجه دوم اهمیت قرار دارند آنهایی هستند که عدد ۴ گرفتند.

تا اینجا مرحله اول طراحی محصول یعنی تعیین ویژگی‌ها با موفقیت انجام شد .

در مطلب بعدی با مرحله دوم طراحی محصول با ما همراه باشید .

منبع: <http://www.modirinfo.com>