

Preguntas para desarrollar nuevos productos

Por: José Ignacio Tobón L.
director@joseitobon.com

Una expresión común para hablar del pensamiento creativo es “pensar por fuera de la caja”, es decir, con el cerebro derecho, pero surgen estudios de expertos en esta área que dicen que también es útil “pensar por dentro de la caja”, es decir, con el cerebro izquierdo. Dichos expertos llegan incluso a ser muy críticos de las técnicas de tormentas de ideas que tienen poca estructura, en donde todas las ideas son aceptables y en donde no se determinan y cierran mejor los objetivos.

Expertos como Coyne, Clifford y Dye encuentran que esas sesiones de generación de ideas deben ser estructuradas y le dan gran importancia a las preguntas motivadoras que son guía para ese proceso creativo. En un serio artículo de Harvard, dichos autores presentan 21 preguntas que usted debe preparar antes de la sesión de desarrollo de nuevos productos y hacerlas a los grupos creativos, preguntas que se muestran a continuación:

Analizar restricciones

- Cuál es la mayor molestia del cliente al comprar o usar nuestro producto?
- Cuáles son los mejores ejemplos de modificaciones que los usuarios han hecho del producto?
- Para cuál grupo de clientes nuestro producto no está tan bien diseñado?
- Para cuál uso o situación particular nuestro producto no está bien diseñado?
- Cuáles clientes la industria prefiere no servir y por qué?
- Cuáles clientes podrían ser unos grandes usuarios si nosotros eliminásemos barreras específicas no consideradas aún?

Reclasificar usuarios

- Cuáles clientes usan o compran nuestro producto en la forma menos usual?
- Cuáles clientes necesitan mucha más atención y servicio que los demás? Cuáles mucho menos?
- Cuáles clientes tienen costos de soporte (compra, logística, diseño, venta, etc.) excesivamente altos? Cuáles los más bajos?
- Cuáles clientes estarían satisfechos aun cuando reduzcamos un 25% de los costos del producto?
- Quiénes gastan al menos un 50% del costo del producto en adaptarlo a sus necesidades específicas?

Éxitos inesperados

- Quiénes usan nuestro producto en formas que nunca esperamos o buscamos?
- Quiénes usan el producto en cantidades tan enormes que nos han sorprendido?

Perfección

- Cómo haríamos las cosas en forma diferente si tuviésemos información perfecta acerca de nuestros clientes y sus entornos?
- Cómo cambiaría nuestro producto si fuese diseñado para cada cliente?

Superar las barreras

- Quién más está solucionando el mismo problema genérico nuestro pero por razones diferentes? Cómo lo han solucionado?
- Cuáles de nuestros hitos en eficiencia podrían ser aplicados en otras industrias?
- Qué información acerca de nuestros clientes y del uso del producto pueden usarse para mejorar otro negocio?

Derechos Reservados de José Ignacio Tobón L.

Desafiando las premisas

- Qué tecnologías involucradas en nuestro producto han cambiado en forma radical desde nuestro último rediseño?
- Qué tecnologías de nuestros procesos productivos han cambiado en forma radical desde que hicimos nuestra última gran modificación de sistemas productivos y de manufactura?
- Cuáles son las necesidades de los clientes que están cambiando en forma más radical? Cómo sería esto en 5 años adelante?