

08 製品・サービス

01 ニーズとの合致

01 ニーズとの合致

01 製品・サービスは、対象としたマーケットニーズや顧客ベネフィット(便益)に合致していますか。

Y 対象とするニーズ・ベネフィットについて説明を受け、製品との合致を検証します。

N 製品開発・商品化の方針を見直す必要があります。

02 製品・サービスの特性、用途、市場セグメント要素にもとづいてマーケットを分析していますか。

Y マーケット分析の結果を説明してください。製品の特性等にどこまで関連していますか。

N 製品の特性等に基づかない市場分析は意味がありません。

02 製品・サービスの実態

01 自社開発の製品・サービスが売上高に占める割合を把握していますか。

Y 製品等の利益貢献度に占める割合はどうなっていますか。

N 自社開発品の有利性と、その開発強化のための現状把握の必要を説明します。

02 サービスの内容は具体的に把握されていますか。

Y 提供するサービスの本質はなにかを明確に把握させます。

N 内容の正しい把握は、質の向上あるいはより使いやすいサービスの提供につながります。

03 特許製品や独自に開発された商品・サービスが売りに占める割合を把握していますか。

Y 特許商品、独自開発商品・サービスを増やすことにしていますか。

N 特許商品、独自開発商品のメリットについて説明します。

04 製品・サービスごとの取引高を把握していますか。

Y 特定製品の重点化を意識していますか、または多商品化をどう考えていますか。

N 取引高を細分化して把握することは、マーケティングの基本です。

05 下請業務、OEMは経営戦略として取り上げられ、売りに占める比率も把握されていますか。

Y 自社製品を補完し、相乗効果を高めていますか。

N 下請業務等は経営戦略の一環としてその役割を把握すべきです。

02 特性把握

01 特性把握

01 製品・サービスの特性把握はできていますか。

Y 把握した結果をどこまで製品開発・マーケティングに活用していますか。

N 基本機能、付加機能、サービス内容、価格、品質、納期等について製品ごとの特性を把握させます。

02 競合比較

01 競合他社との製品・サービスの特性比較はなされていますか。

Y 他社との特性比較の結果は、どのようにして製品開発やマーケティングに生かしていますか。

N 代表的な競合他社について特性を比較した事例を示します。

02 他社と比べ優位な点を明確に把握していますか。

Y 優位な特性を挙げてください。優位な状況は将来とも続きますか。

N 当社製品等の他社に較べて優位な特性を挙げ、その活用方法を示します。

03 自社の製品・サービスの欠陥は把握していますか。

Y 欠陥改善のための対策とその進捗状況を説明してください。

N 欠陥の改善がなければ、競合他社に対し不利にたつこととなります。

04 他社製品に組み込まれた自社製品は識別できますか。

Y 他社製品の一部としての自社製品の評価、他社とのPL契約関係はどうなっていますか。

N 理由があって識別できないのですか、それとも識別させるメリットがないのですか。

05 製品・サービスの中にISOの規格に従わなければならないもの、準拠しているものはありますか。

Y どんな製品・サービスですか。ISO規格の遵守、準拠状況を説明してください。

N 未遵守のものは早急に体制を整えさせ、また出来るだけ標準規格を利用させる必要があります。

03 ライフサイクル

01 ライフサイクル

01 製品・サービスごとのライフサイクルは、把握されていますか。

Y ライフサイクルを何に、どう利用していますか。

N ライフサイクルを把握しなければ、市場の喪失を招きかねないこととなります。

02 商品ラインにおける製品・サービス等の売上貢献度、利益貢献度を把握していますか。

Y 数字により、貢献度の低い製品等を商品ラインから外しているか確かめます。

N 貢献度を把握させ分類の上、貢献度の低い製品等はラインから外すことを検討させます。

04 製品ミックス

01 製品ミックス

01 絶え間ない製品開発や製品ミックスの見直しが行われていますか。

Y 製品の歴史を図表化し、更新状況を調べます。

N 常に製品を改善し、新製品を開発しなければ、競争優位に立つことはできません。

02 製品・サービス(販売方法、施設提供等を含む)のミックスは適正ですか。

Y 製品ミックスのシミュレーションをしていますか。より良い組み合わせはありませんか。

N 売上・利益貢献度等をもとに適正な組み合わせを見出す方法を提案します。

03 主要製品・サービスに対して、他の製品・サービスはサポートされていますか。

Y 重点的サポートと、一般的サポートとのバランスは取れていますか。

N 主要製品でない製品は、市場があっても、サポートの不足から伸びられないことがあります。

04 ここ数年間の自社の製品・サービスに起こった変化に迅速に対応しましたか。

Y 主要なものについて説明してください。対応は迅速でしたか。

N 変化の把握状況、迅速に対応できなかった理由、今後の戦略はどうなっていますか。