



CNM, Customer Needs Management

1

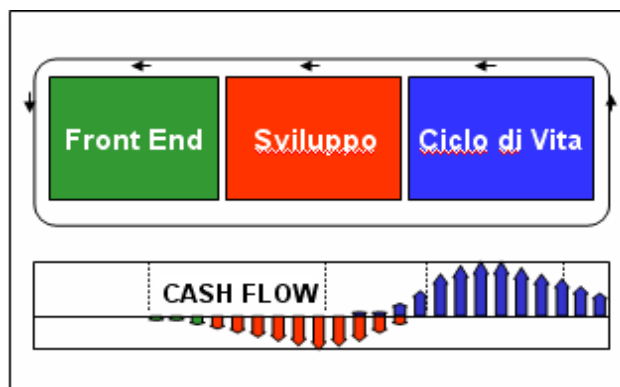
CNM, Customer Needs Management, indica la necessità interna ad un'azienda che vuol fare innovazione di prodotto, di trovare nuove soluzioni evolutive di ottimizzazione dei prodotti esistenti, o di ricerca di nuove soluzioni che permettano di dare risposta al Cliente e conquistare nuove quote di mercato.

Quelli che in altra sede abbiamo definito come **PIC, Product Innovation Charters**, necessitano di sviluppare un processo sistematico interno all'azienda, che permetta a chi fa ricerca e sviluppo, o ottimizzazione dei prodotti esistenti, di trovare nuove vie per il successo dell'azienda sul mercato. Il processo collegato al CNM è solitamente molto riservato ed interno all'azienda, trattando esso di problemi esistenti ed essendo rivolto a trovare soluzioni a problemi o definire nuove opportunità.

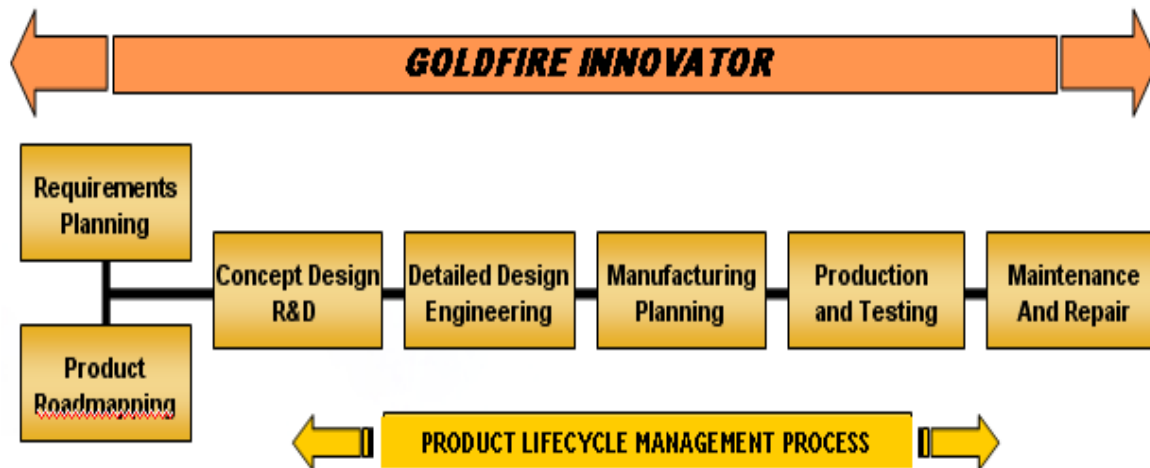
La capacità sta nel bilanciare la necessità di riservatezza e sicurezza della proprietà intellettuale che, in un'ipotesi positiva, andrà a svilupparsi, e la necessità di coinvolgere il cliente, il partner ed il contoterzista, nella definizione dei passi necessari a completare il processo di sviluppo della soluzione. Le aziende che non tenessero conto di questa necessità di risposta, non solo perdono il rapporto con il cliente ed il mercato, ma rischiano veramente di imboccare una parabola discendente in termini di efficacia e profittabilità.

Un approccio bilanciato sul portafoglio aziendale:

- **PIM's**: Prodotti sul Mercato
(Products In the Market)
- **PID's**: Prodotti in Sviluppo
(Product In Development)
- **PIC's**: Linee Innovative di Prodotto
(Product Innovation Charters)



Definire un processo sistematico che possa cogliere le difficoltà, analizzare il problema, semplificare il rapporto prodotto/processo per produrlo, elaborare nuove ipotesi di soluzione, verificare le tendenze e le

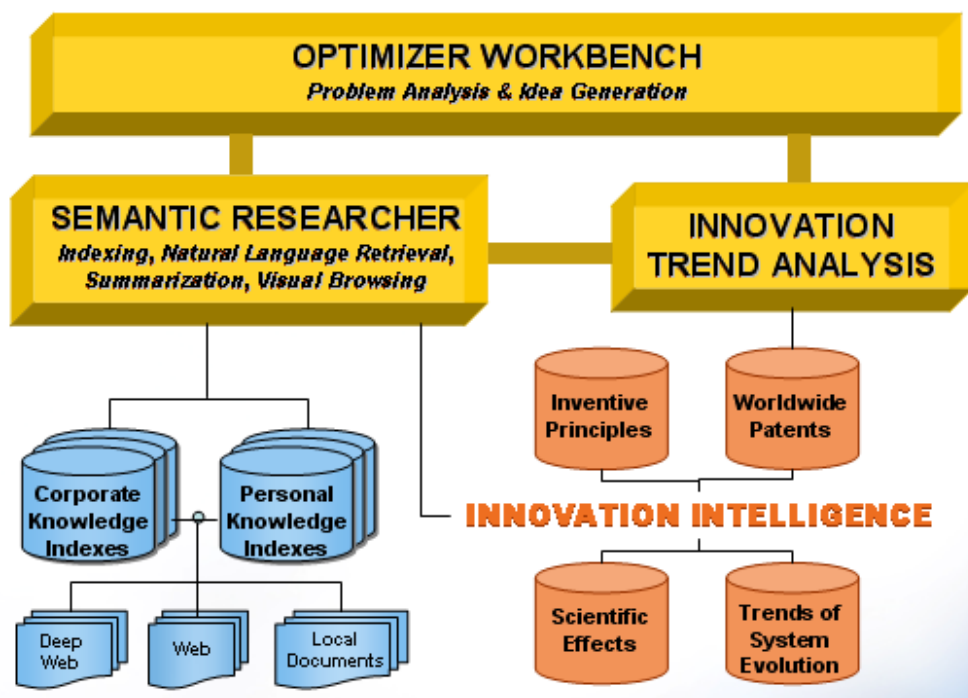


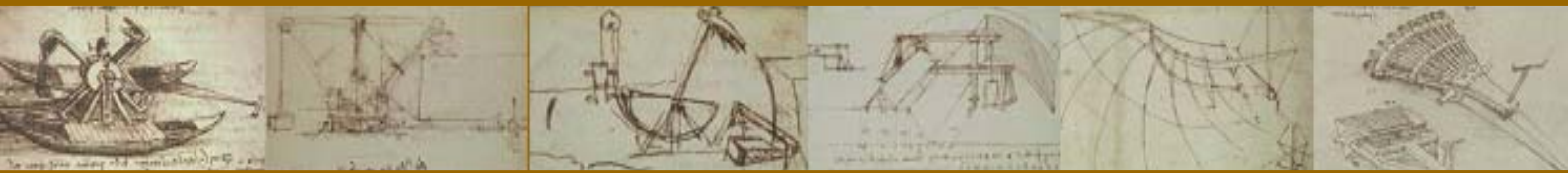
aspettative sul mercato, rispondere in modo concreto con un prodotto/soluzione innovativo, che non solo risolve il problema iniziale, ma si proponga intermini di successo e conseguente profittabilità aziendale; tutto questo richiede una visione strategica da parte della proprietà ed un forte indirizzo aziendale. IMC Goldfire Innovator aiuta a definire, codificare ed analizzare tutti questi punti, nell'obiettivo di fornire una soluzione sostenibile al termine del processo di ricerca.

²Sotto questo profilo, il CNM, è una piccola, ma fondamentale, componente del processo di gestione dello Sviluppo e Vita del Prodotto PLM (Product LifeCycle Management). La soluzione Goldfire Innovator si posiziona proprio all'inizio del tutto.

Gli analisti indicano un rapporto 1 a 14 in termini di ritorno dell'investimento, nell'applicazione corretta di questa metodologia, ovvero per ogni euro investito ne ritorna 14.

IMC Goldfire Innovator è una soluzione indirizzata alla soluzione del problema ed alla validazione dell'idea; è uno strumento di analisi e di sviluppo di nuovi prodotti. Una volta che sul tavolo del responsabile di prodotto arriva il problema, si mette in modo un processo di analisi del problema stesso, di astrazione dal particolare ad una situazione generale, alla ricerca di un'ipotesi di soluzione in ambiente generale, e la verifica dell'applicabilità nella particolare soluzione.





E' di per sé un processo semplice nella sua impostazione , ma che richiede uno strumento che tenga in collegamento i vari aspetti: funzioni,caratteristiche, materiali, ambiente ecc.

Ancor più quando le persone che operano sono diverse e con competenze specifiche diverse che devono confrontarsi.

IMC Goldfire Innovator aiuta a determinare quale sia il miglior progetto sostenibile, il miglior compromesso in termini di qualità, prestazioni e costo: il Prodotto/Soluzione che cercavamo!.

Non solo, IMC Goldfire Innovator aiuta ad analizzare e definire il miglior processo produttivo, in modo che venga data risposta sia al cliente esterno in termini di qualità e prestazione, sia al cliente interno (*l'azienda*) in termini di costo, producibilità e profitto atteso.

Tutto questo si chiama appunto **CNM Customer Needs Management**.

Per dare una risposta coerente, combinata ed integrata con altri aspetti del **PLM Product LifeCycle Mangement**, PTC, produttore di **Pro/ENGINEER** e **Windchill**, ha annunciato una partnership molto stretta con IMC, produttore di Goldfire Innovator, per sviluppare un processo di analisi e sintesi iterativo che combini quanto sopra con la possibilità di agganciare il modello virtuale del prodotto (**Pro/ENGINEER**), e tutti gli aspetti di gestione dell'informazione correlata allo sviluppo (**Windchill**)³.



Quando il progettista, o il team di progetto, inizia a sviluppare ipotesi che porteranno ad un nuovo modello di prodotto (albero strutturale delle parti (features) e dell'assieme (composizione)), interroga un motore di ricerca di tipo semantico, che contestualizza la domanda, la pone correttamente nell'ambiente operativo specifico , ed offre delle risposte coerenti sia al problema esposto sia al contesto cui si riferisce.

Il sistema elabora delle nuove ipotesi di soluzione, ne determina la migliore, offre spunti progettuali: è uno strumento potente per trovare la nuova soluzione innovativa, prendendo esperienza dall'esterno.

Facile da usare e facile da imparare con l'aiuto degli Application Engineers di RANDIT, che svilupperanno un profilo formativo personalizzato (**QuickSTART® Goldfire**), perché Tu ottenga il successo che meriti. Non perdere questa occasione. Chiamaci.

Per qualunque delucidazione telefona al numero 035 621.978, o manda un fax allo 035 621.794, o un email INFO@RANDIT.COM. (a cura della direzione Marketing, tel. 348 270 2011)