

第7話 新商品って何をつくればいいの。



本当に厳しいですね

これまで一緒に頑張ってきた従業員をリストラしたくないので、空き時間に新商品を考えてるんです



当社はお客さまから依頼された商品を作っている下請けの会社なんです

かなり仕事が減ってきているんです

正直に言え、いい商品です



なるほど新しいチャレンジは良いことですね

でも...なかなか良い商品ができないんですね

幅と深さのマトリックス

コンビニエンスストア	深さ: 浅い	専門店
A いろいろなカテゴリーの商品を少しずつ開発	B 特定カテゴリー内での商品の開発	
幅: 広い	幅: 狭い	
C いろいろなカテゴリーに数多くの商品を開発	D 特定カテゴリーに特化した総合的な商品の開発	
大型スーパー	深さ: 深い	大型専門店

※フキダシは例えです

一般的に大企業がAやCのように幅広いカテゴリーでの商品展開を

BやDのように特定カテゴリーでの商品展開は中小企業が得意です

商品開発するには幅と深さのマトリックスで方向性を考えてみてください



空き時間で検討するのも
良いですが
あらかじめ発売時期を決める
などゴールを明確にして
おかないといつまでも
結果を出せませんので
ご注意ください

やる気
マンマン

今後 開拓したい
顧客と生産設備などを
考えながら
自社がすすむべき
商品開発の
方向が見えてきました

解説

新商品の開発は、
企業成長にとって
非常に重要です。
良い商品を作る
のは当然ですが、
会社の成長の方向性を
どうするのかを
決めたくうえで、
売れる商品開発を
すすめてください。

新しい市場が開拓できるのかといった点も
重要な検討事項です。
定期的に新商品の発表時期を
決めておけば、仕事の量に左右されずに、
新商品の開発ができるようになってきます。

