

NPD & SERVICE DESIGN

BADANIA INNOWACJI PRODUKTOWYCH (4h)

24 KWIETNIA 2025 R., prowadzi MICHAŁ LUTOSTAŃSKI

Skrócony opis zajęć

Zajęcia będą się opierały na przejściu przez ścieżkę wprowadzania innowacji (z naciskiem na innowacje produktowe na rynku FMCG) na rynek i źródłach danych, którymi się można wspierać na każdym z etapów podejmowania decyzji biznesowych. Zaczniemy od odkrywania niezaspokojonych potrzeb i napięć konsumenckich, przez ideację i tworzenie pomysłów, przez ich selekcję, rozwijanie, po badania wolumetryczne i post-launchowe.

Kluczowe pojęcia i zagadnienia

#insight #koncept #produkt #discover #develop #deliver #wolumetryka #launch

Umiejętności, jakie wyniosą z zajęć uczestnicy:

- rozumienie różnic między prawdziwymi innowacjami a nowościami
- rozumienie dlaczego ważne jest ustawienie procesów innowacyjnych w organizacji
- jakie przyjąć zasady przechodzenia do kolejnych etapów
- jakie badania zaprojektować na każdym z etapów
- jak interpretować wyniki badań innowacji produktowych

Program zajęć

1. Czy każda „nowość” jest innowacją, czyli o czym w ogóle rozmawiamy?
2. „Idealistyczna” ścieżka innowacji vs „realistyczna”
3. Istota wdrażania programów innowacyjnych
4. Szybkie iteracje vs. długie procesy – co jest lepsze?
5. Discover – odkrywanie potrzeb konsumentek i konsumentów
6. Develop – ideacja, tworzenie pomysłów, selekcja i doskonalenie
7. Deliver – Wprowadzanie innowacji na rynek, estymacje wolumetryczne
8. Wdrożyliśmy i co dalej?
9. Określanie KPI innowacji

Zajęcia prowadzi:



MICHAŁ LUTOSTAŃSKI, Kantar Polska

Doktor nauk społecznych. Socjolog. Strategy Business Director w Kantar Polska, wcześniej Innovation Business Lead Client Director. Prezes PTBRiO. Adiunkt w Zakładzie Marketingu Wartości SGH. Absolwent 25-lecia Uniwersytetu SWPS w kategorii Biznes. Znalazł się na liście „Insight250” opublikowanej przez ESOMAR w 2023 – wyróżniającej pionierów i innowatorów branż opartych na danych z całego świata. Współautor książek: „Data driven decision. Jak odnaleźć się w natłoku danych?”, „Badanie rynku. Jak zrozumieć konsumenta?”, „Modern Leisure society – consumer behavior” oraz „O zmieniającym się świecie wartości w ekonomii, finansach i zarządzaniu”. Publicysta Brief.pl oraz Marketer +.