



Nettet giver direkte adgang til brugerne. Man kan hurtigt og meget tidligt i udviklingsfasen få deres reaktion på produkter.

Lars Hein, IPU

Internettet er en guldgrube

Information via nettet er en billig metode, men kræver en helt ny måde at arbejde med produktudvikling på.

PRODUKTUDVIKLING

■ Brug internettets brugere i produktudviklingen

»Internettet er også inden for produktudvikling kilde til enorme mængder af næsten gratis information,« siger Lars Hein, tidligere professor i produktudvikling på DTU og i dag direktør for IPU.

Han mener, at virksomheder kan få langt mere information ud af internettet, end de fleste er klar over:

»Nettet giver direkte adgang til brugerne. Man kan hurtigt og meget tidligt i udviklingsfasen få deres reaktion på produkter. Det kan give unikke informationer, der gør, at du lige er det ekstra skridt foran konkurrenterne, der gør dine produkter til vinderne,« siger Lars Hein.

Han peger på blandt andet brugerfora, diskussionsgrupper, blogs, som mennesker og dermed også forbrugere anvender:

»Det er netop interessant for de små og mellemstore virksomheder, som ofte ikke har råd til dyre konsulenter, der opretter fokusgrupper og interviewundersøgelser. På nettet kan man selv gøre meget af det,« siger Lars Hein.

■ Internettet som marketingafdeling

Det er ikke bare i produktudviklin-

gen, at internettet byder på uudnyttede muligheder:

»Markedsdata ligger i store mængder frit tilgængelige på nettet. Hvis man søger aktivt, er det i dag lettere og billigere at finde de rette markeder for virksomhedens produkter end før i tiden,« siger Lars Hein.

Man kan f.eks. kigge efter, hvilke konferencer der udbydes hvor i verden. Det giver ofte god information om, hvilke produkter en bestemt del af verden er interesseret i.

■ World Wide Talent

»Vi må erkende, at vi ikke kan få alle de gode ideer selv,« siger Lars Hein.

Men det behøver ikke at være et problem, for talentmassen er til at få fat i selv for de små og mellemstore virksomheder. Igen er det internettet, vi skal have fat i:

»Vi ser allerede i dag, at store virksomheder bruger mange kræfter på at hente udviklingstalenter ind fra hele verden, eller at de lægger deres udviklingsafdelinger ud til andre dele af verden. Det kan de små virksomheder selvfølgelig ikke gøre i samme grad,« siger Lars Hein.

I stedet kan de små virksomheder tilslutte sig internationale netværk for produktudvikling. Her er der en gennemstrømning af freelancere, der giver mulighed for at arbejde sammen med nogle af toptalenterne. På den måde kan små virksomheder for en relativ beskedent økonomisk indsats få adgang til noget af det, de store også gør, nemlig at udnytte den globale talentmasse. ■

