cvcvBeste®

Rentegn jeres ide

Ideen skal beskrives i detaljer

2

Tegningen skal kunne præsenterer produktet

Vurder ideerne

Vurder ud fra kundekrav og problemstilling

2

Argumenter jeres beslutning

Skitser alle ideer

Udfør skitser der viser hvad der adskiller

2

Kommenter jeres skitser

Ideudvikling

Arbejd videre med ideerne

2

Tag gerne detaljer fra skrot ideerne

Ide sortering

Udvælg gode ideer, at arbejde videre med

2

Lyskurve, 5 stemmer pr man

Idegenerering side 31

Fokus spørgsmål

Opstil spørgsmål så i kan styre idegenereringen

2

5 min pr. brainstorm. Mange brainstormd

Nytteværdi analyse

Hvilke værdier har produktet

2

Hvad betyder det for kunden

Beskriv produkt tanker

Materialer

2

Materialer, Processer, Maskiner

Idegenerering side 31

Projektbeskrivelse

Ren-tegn jeres ide

Ideen skal beskrives i detaljer

2

Tegningen skal kunne præsenterer produktet

Brugertilfredsstillelse

Hvad betyder noget for brugeren

2

Kerne-, ydelses-, attraktive egenskaber

Løsningen i dag

Hvordan løser målgruppen problemet i dag

2

Er der gamle løsninger på problemet

Samling af data

Optælling, opstilling og strukturering af data

2

Sammendrag og konkluder

Undersøg brugerønsker

Skab kontakt med målgruppen

2

Spørgeskemaer og interviews

Hvem har problemet

Skab eventuelt en Persona

2

I skal ind i en målgruppe for at kunne kontakte.

Produktet og brugeren side23

Find/Beskriv årsager

Er problemet et reelt problem

2

Er der mange der har det, er det alvorligt

Find nøgleproblem

Nøgleproblem = Overordnet problem

2

Beskriv problemet

Find/Beskriv virkninger

Er problemet et reelt problem

2

Er der mange der har det, er det alvorligt

Tegn et problemtræ

Det er vigtigt at i kommer hele vejen rundt

2

Der skal være logisk sammenhæng

Udfør tidsplan

Overskuelighed frem for alt

2

Den skal kunne vurderes på 10 sek

Krav til Produkt

 Genopstil produktkrav og skab konsistens

2

Krav til Produkt

 Genopstil produktkrav og skab konsistens

2

Produktløsning side 49

Produktet og kunden side41

Størrelse på målgruppen

start med en målgruppe der er til at ramme

2

Få kunder nær på

Find konkurrenterne

Der er altid nogen

2

Brug skydeskive modellen

Analyser konkurrenter

Hvor mange er der, hvor farlige er de

2

Opstil en konkurrent analyse