

Innovación y Crecimiento:
'no es fácil
en tiempos de crisis,
pero tampoco imposible'

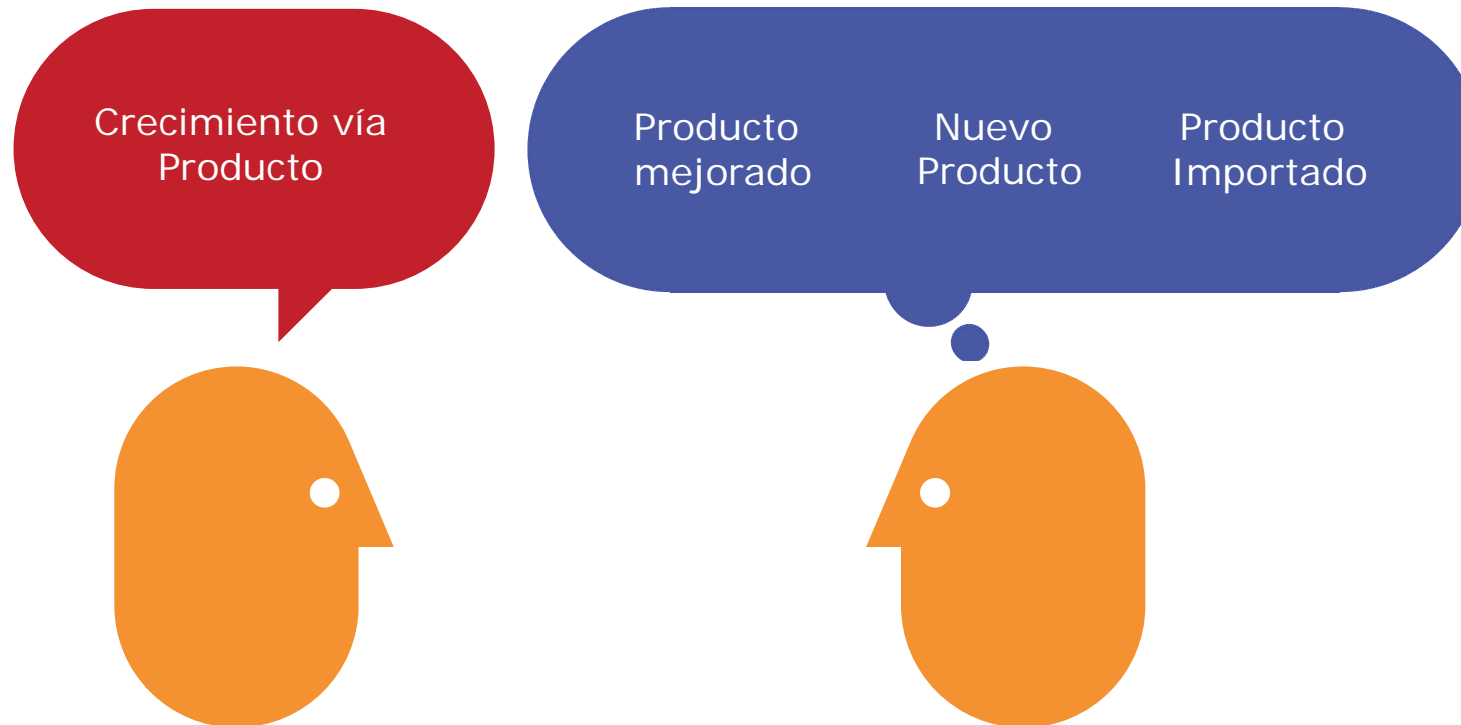
Identificar oportunidades
de Crecimiento



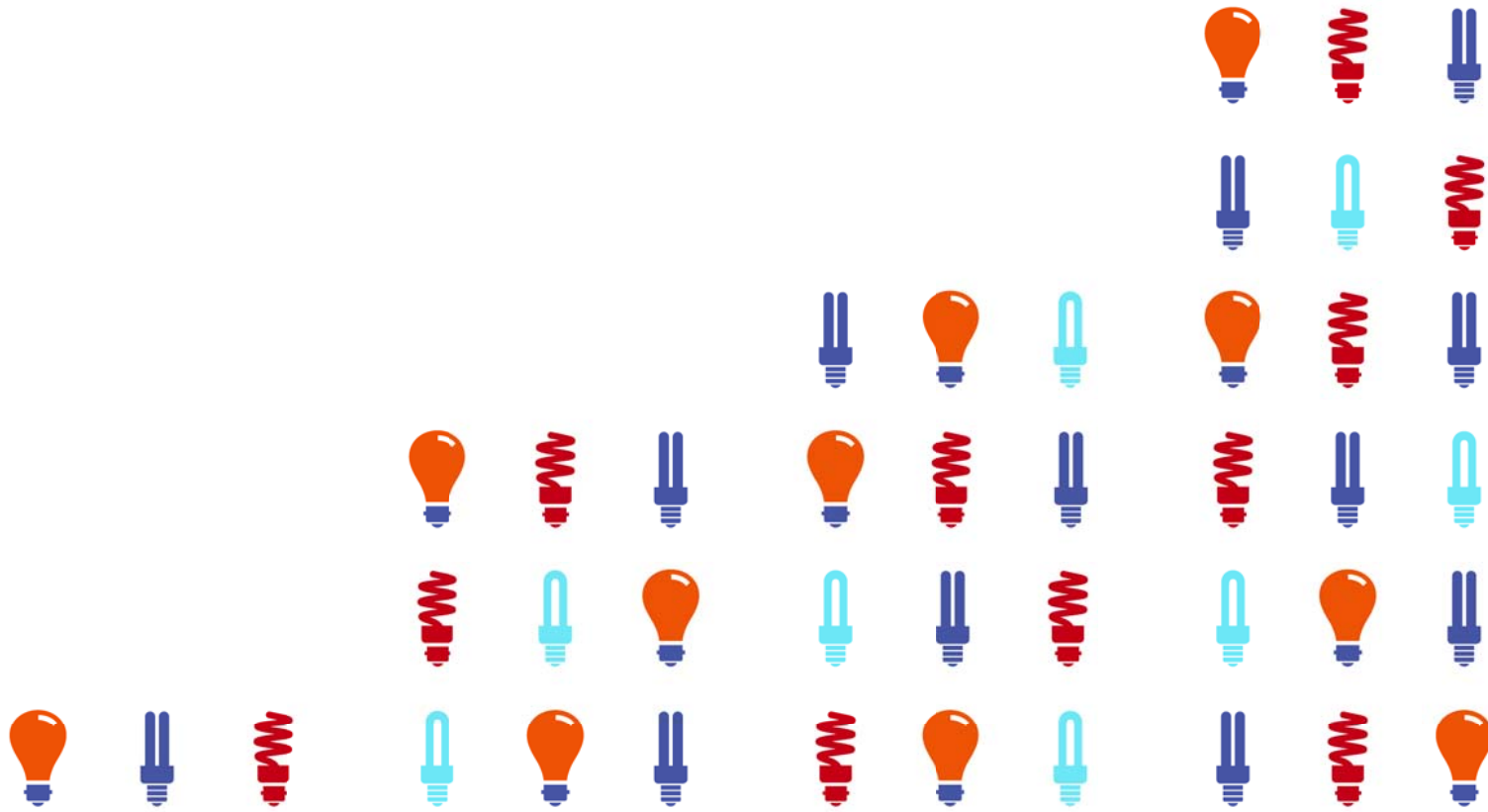
El mapa del crecimiento



Crecimiento vía Producto, mucho más que nuevos productos o innovación

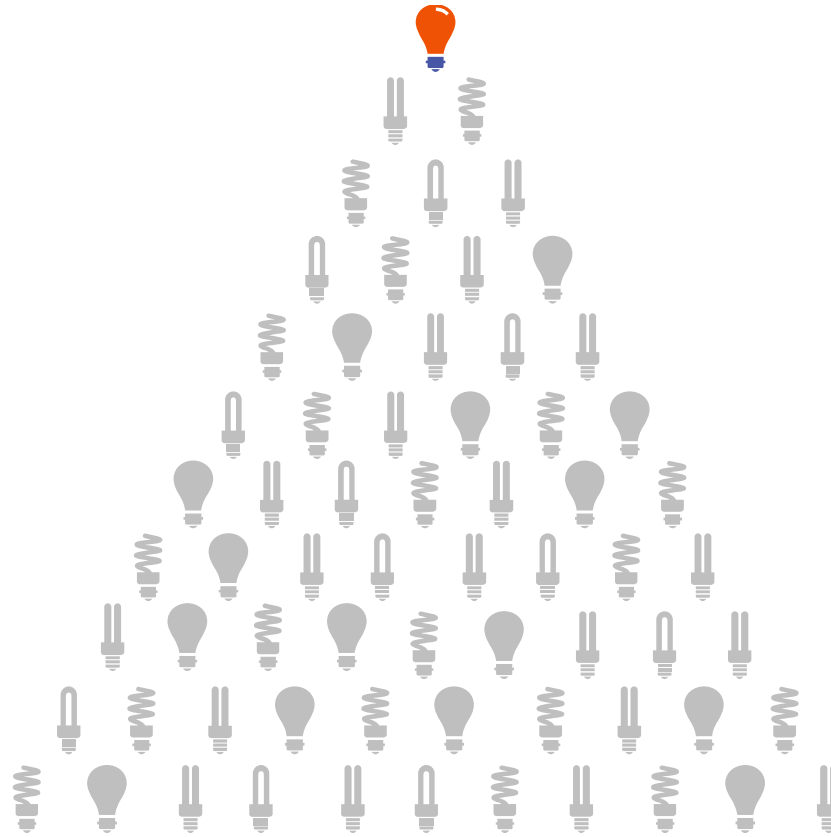


La identificación de oportunidades de gran potencial es esencial para el éxito a largo plazo



La baja productividad es la Norma

Menos del 1% de las ideas tienen éxito en el mercado



El coste del bajo rendimiento va más allá de lo financiero



Coste de oportunidad



Impacto en el equipo de desarrollo



Impacto en la credibilidad de los Stakeholders externos
(accionistas/ distribución)



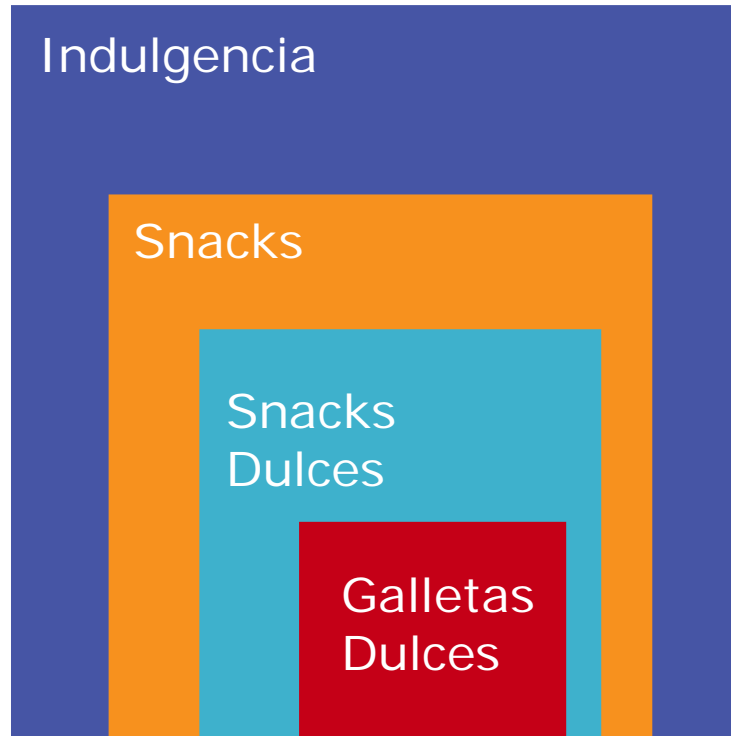
Impacto en el equity de la marca

La principal causa del bajo rendimiento se origina en las primeras etapas

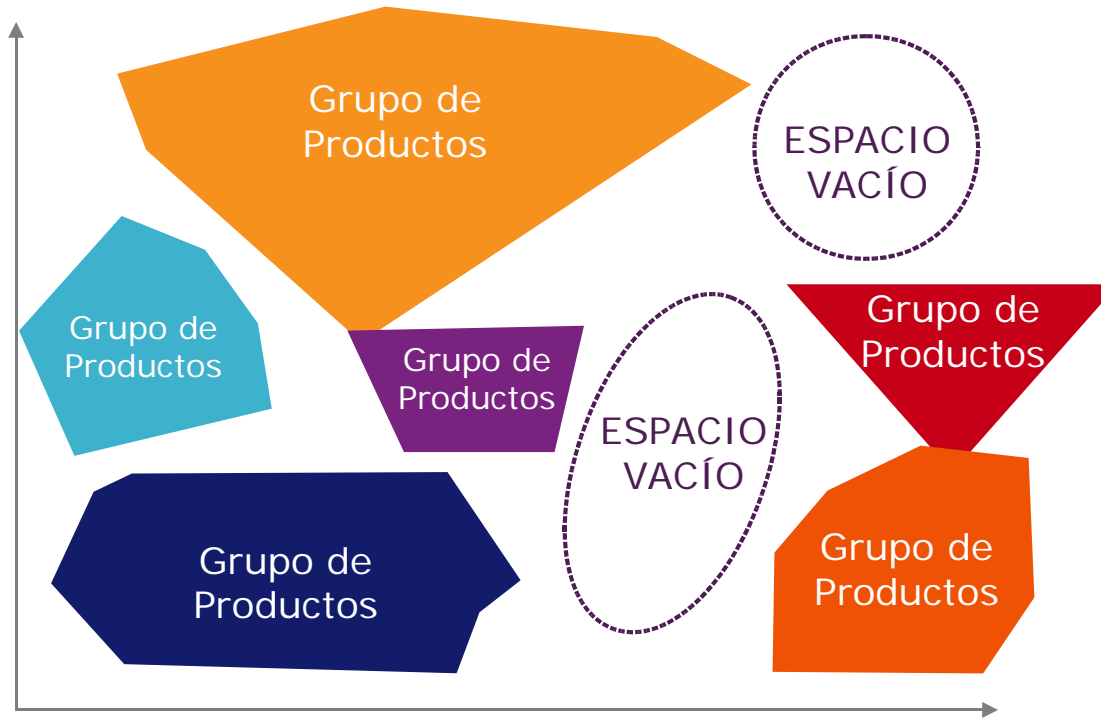


Causas del bajo rendimiento:

Foco en la cuota de lineal, no en la Cuota de Ocasión

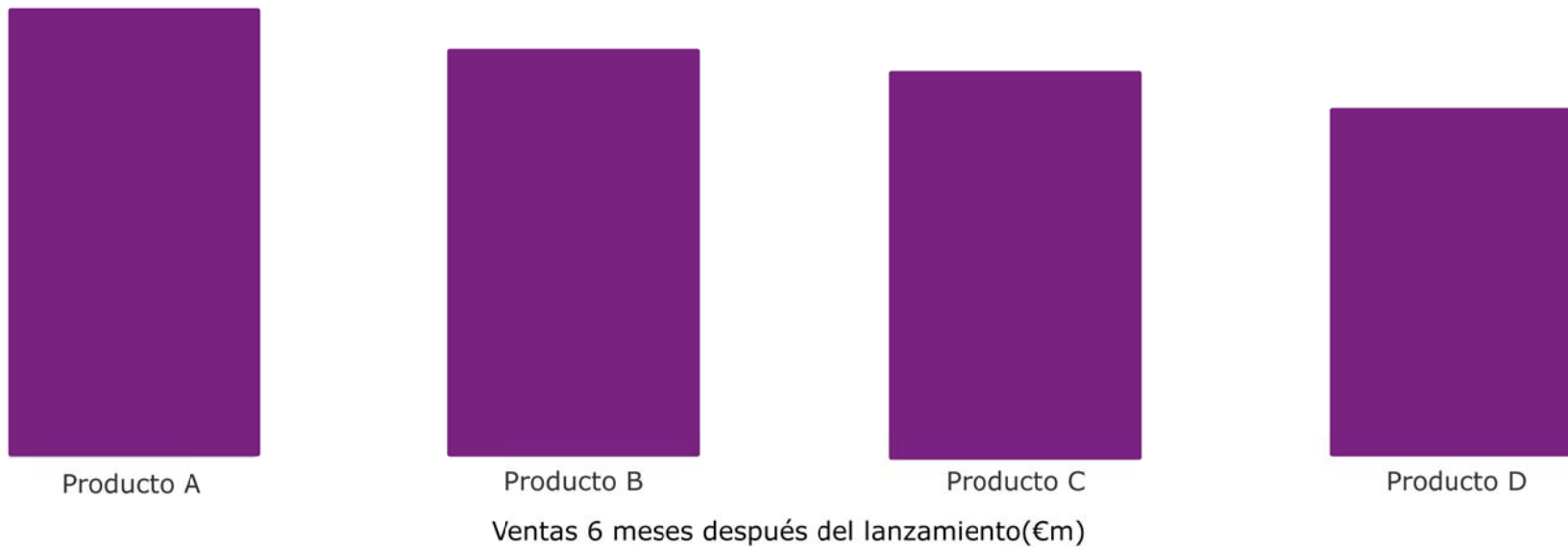


Causas del bajo rendimiento: Persecución de espacios vacíos



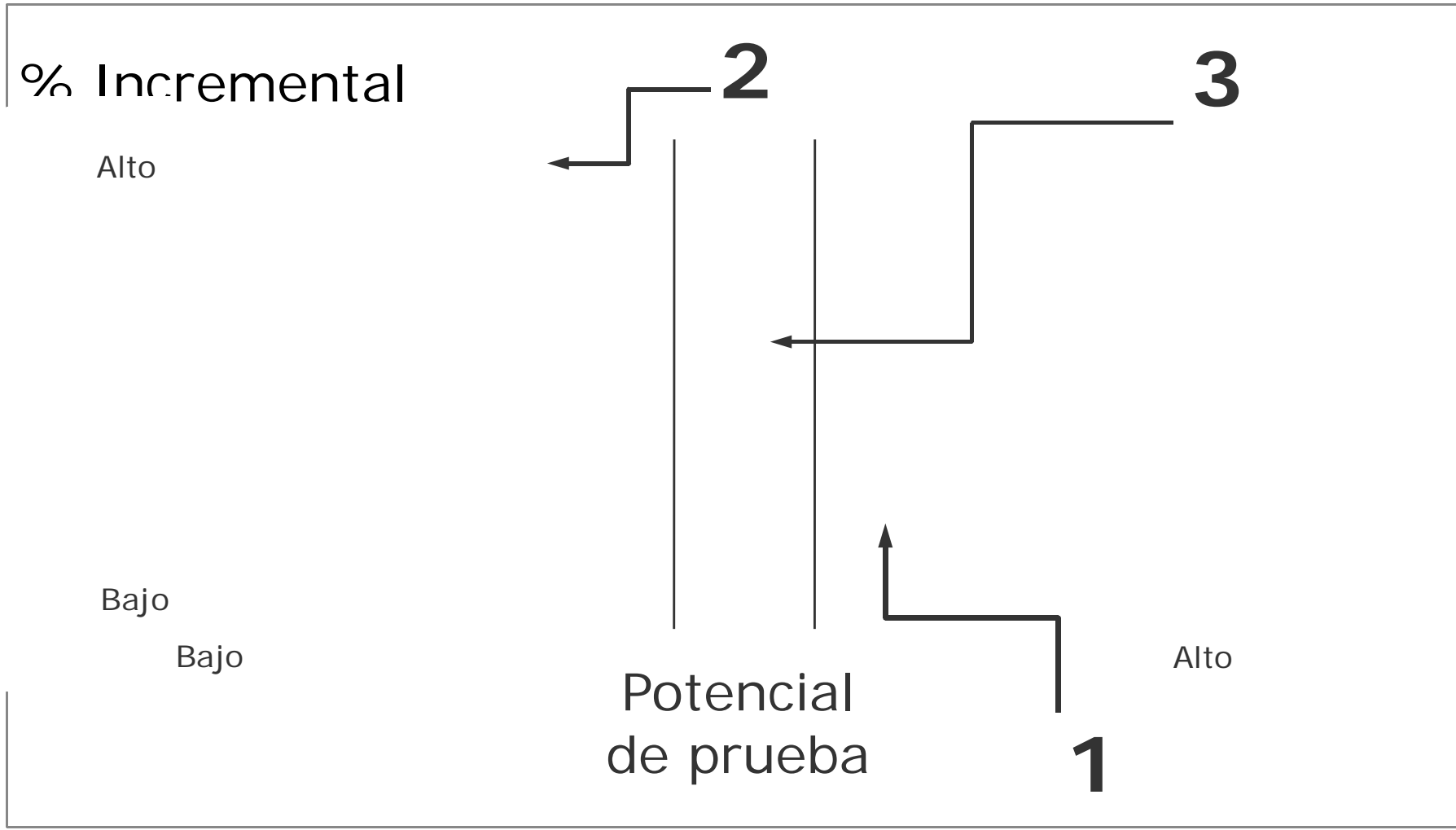
Causas de bajo rendimiento

Foco en el tamaño potencial de las ideas



■ Prueba incremental ■ Canibalización

Hemos de poner el Foco en el Crecimiento



Debemos eliminar las conjeturas del proceso de Crecimiento



Y partir de las necesidades del consumidor



Búsqueda de Oportunidades escondidas



Higiénicas



Necesidades de la
Ocasión



Convergentes



Disruptivas

Una hoja de ruta para optimizar y desarrollar el portfolio



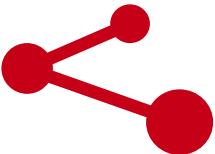
Un enfoque aplicable a una gran variedad de categorías y sectores de actividad



Gran consumo

Tecnología

Automoción



Industria farmacéutica

Sector financiero

Sector energía

¡Gracias!



Para más información:

José Luis Melero

Julián Camarillo, 42

28037 Madrid

Tel. 91 432 89 00

e. joseluis.melero@tnsglobal.com

www.tnsglobal.es



Innovación y Desarrollo de Productos

© TNS

Matrix

17