

IBM Software Group

Gestire l'innovazione di prodotto con IBM Rational Focal Point

Milano, 16 settembre 2009

*Luca Sentimenti – luca.sentimenti@it.ibm.com
Senior IT Specialist – Rational Services*



Go to IBM



Innovation for a smarter planet

© 2009 IBM Corporation

Agenda

- Customer Centricity e Product Management
- La tecnologia a supporto dell'innovazione del prodotto/servizio
- Il supporto di Focal Point nel processo decisionale
- Dimostrazione pratica

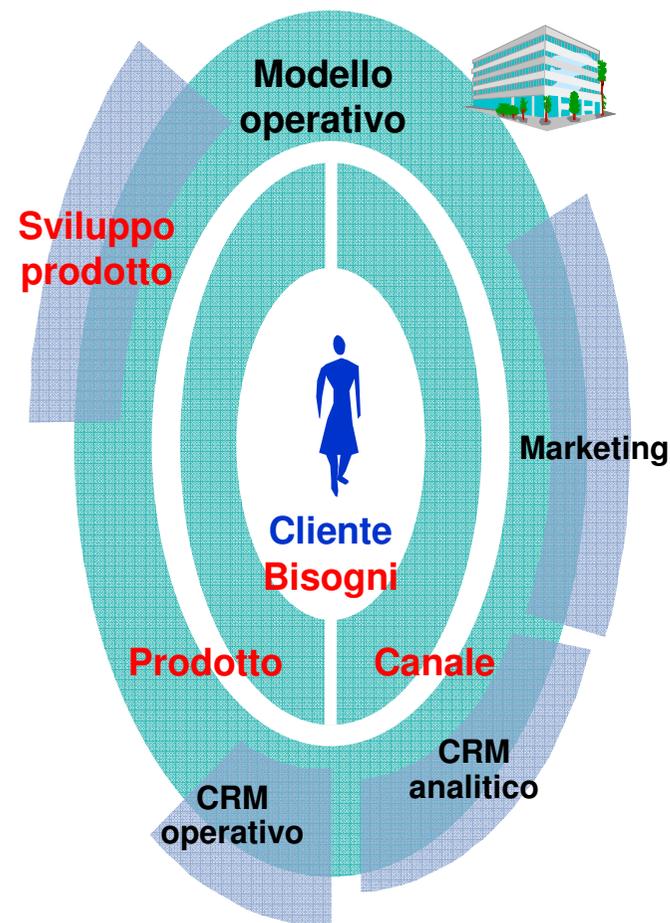


delle proprie strategie e del proprio modello operativo

La *customer centricity* è definibile come l'adozione del valore percepito dal cliente come criterio guida nella progettazione e gestione del business nel suo complesso, dai **prodotti**, alle operations, al modello di business stesso dell'azienda

Nel contesto di mercati governati sempre più dalla domanda diventa prospettiva abilitante per la **differenziazione** e lo sviluppo di vantaggio competitivo

Richiede lo sviluppo di una cultura aziendale coerente, l'acquisizione di strumenti strategici e manageriali specifici e la predisposizione di **fattori organizzativi e tecnologici abilitanti**



Il Business sta affrontando un periodo di cambiamenti senza precedenti

Gestire l'evoluzione del business

Differenziare Prodotti

Reagire ai cambiamenti di mercato

Fornire reale innovazione alla clientela

Permettere flessibilità al business

Globalizzazione come opportunità

Gestire i vincoli normativi



Il Business di Successo utilizzerà la tecnologia per gestire innovazione e competizione



Soluzioni IBM Rational

elemento abilitante per ottenere il massimo valore dai tuoi investimenti

Analizzare e gestire il cambiamento allineando gli investimenti alle priorità di business

Fornire soluzioni di qualità attraverso un rafforzamento della governance e gestione del Rischio

Cogliere le opportunità di business

Realizzare con costi e rischi ridotti

Ottenere effettivamente i risultati di business attesi

Prendere decisioni migliori, basate su informazioni accurate e aggiornate, conseguendo il consenso da tutti gli stakeholder



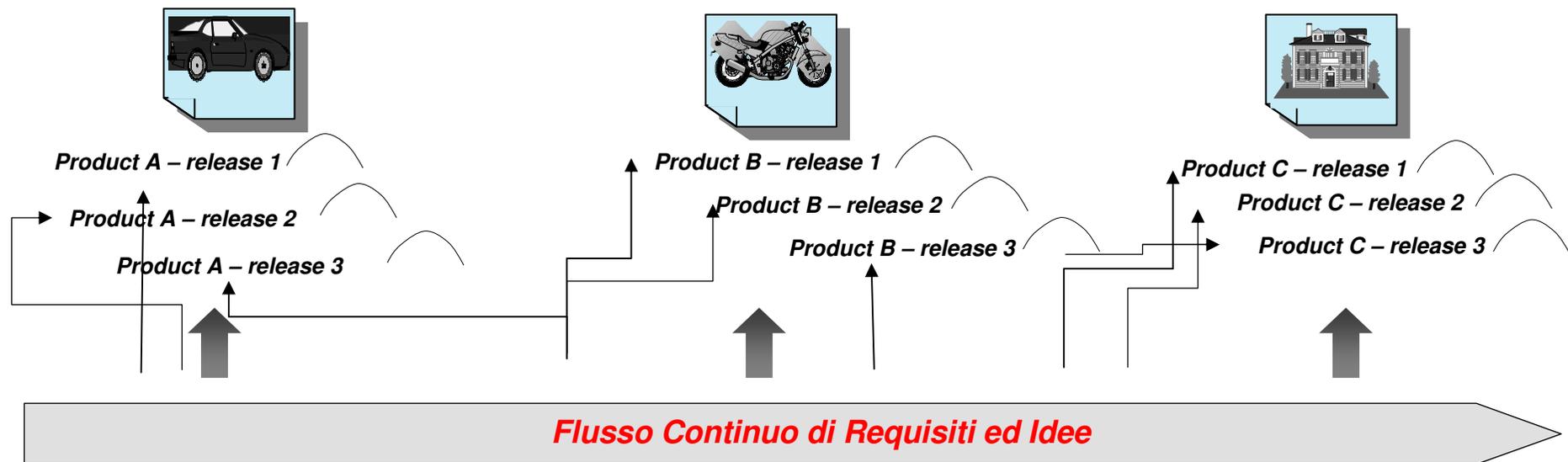
Il Business di Successo utilizzerà la tecnologia per gestire innovazione e competizione



Il giusto prodotto per il giusto mercato

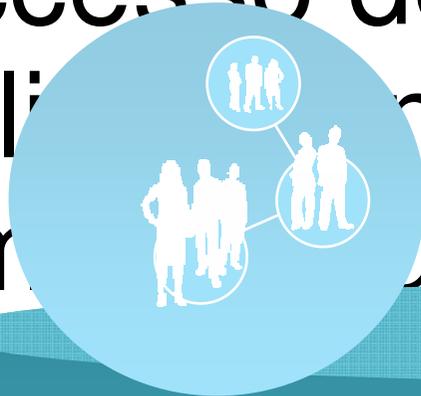
Per realizzare un prodotto che meglio risponda ai reali bisogni dei clienti, abbiamo ipotizzato un processo continuo di selezione, prioritizzazione e gestione del **set ottimale di componenti elementari** che soddisfano specifici requisiti, in modo da ottenere il **massimo valore** per il cliente dal prodotto. Il processo si ripete

- ✓ all'interno del ciclo di vita di un prodotto, cioè nella gestione delle varie versioni
- ✓ nella progettazione di prodotti della stessa linea o di linee diverse



La soluzione si propone di supportare questi processi decisionali

Focal Point: Il business di successo deve gestire la realizzazione e il controllo delle attività ripetibili con successo



Collaborazione

Raggiungere gli obiettivi comuni ottimizzando il modo di lavorare



Automazione

aumentare il controllo e l'efficienza integrando i workflows



Report

Continuo miglioramento misurando i progressi in tempo reale

Attività Ripetibili producono un Risultato di Successo



Un ambiente collaborativo

Focal Point fornisce un **ambiente collaborativo**, in cui le informazioni sono gestite in modo strutturato, facilmente documentabile e condiviso da tutti gli “stakeholders” (Product Managers, Marketing, Direzioni Tecniche, ...) per

- ✓ automatizzare le attività tattiche a supporto della **gestione dei requisiti di prodotto/marketing**, liberando tempo per ricerche e analisi strategiche
- ✓ non copiare gli altri, ma **differenziarsi e creare il proprio prodotto caratteristico**, comprendendo cosa è percepito dai clienti come valore e ottenendo visibilità sulle loro reali priorità, nell’effettuare le scelte sui prodotti



1

Analisi dei
bisogni del
mercato

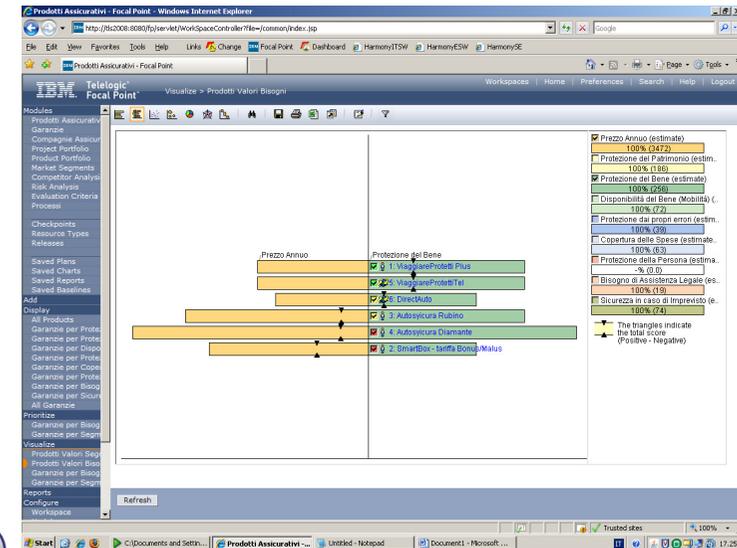


2

Prioritizzazione
dei requisiti dei
clienti

3

Sviluppo del
Prodotto



Collaborazione: piattaforma Web-based per catturare le esigenze di mercato, le richieste di miglioramento, le idee e quant'altro dai diversi stakeholders

- **Accedere con qualsiasi Web Browser**

The screenshot shows the IBM Telelogic Focal Point web application. The main content area displays the following details for the product 'Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebrezza':

ID	031
Titolo	Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebrezza
Immagine	
Description	Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebrezza o sotto l'influenza di Sostanze Stupefacenti Clausola 10
Bisogno Soddisfatto	↑ Protezione del Patrimonio
Costo Tecnico	€15
Prodotti Assicurativi	<ul style="list-style-type: none"> 1: ViaggiareProtetti Plus 2: SmartBox - tariffa Bonus/Malus 3: Autosicurezza Rubino 4: Autosicurezza Diamante 5: ViaggiareProtettiTel 6: DirectAuto
Ranks	

- **Raccogliere proposte di miglioramento richieste dal mercato e scomporle fino ai requisiti di prodotto**
- **Catturare le idee sul prodotto tramite web-forms semplici o dettagliati**
- **Collegare i requisiti ai clienti, ai prodotti, ai mercati o ad altre categorie**
- **Automatizzare la raccolta dei requisiti tramite la cattura diretta via e - mail**



Collaborazione: visibilità su tutti i

Maximum number of elements per page: 50

Export All Compagnie Assicurative

ID	Nome	Description	Indirizzo
001	XYZ Assicurazioni	Compagnia di assicurazione Danni e Vita, rete tradizionale	http://
002	Competitore1 Assicurazioni	Compagnia assicurativa	http://
003	ABC Assicurazioni	Compagnia assicurativa Danni e Vita, rete tradizionale	http://
004	ABCTel Assicurazioni	Assicurazione Danni, canali diretti (telefono, internet)	http://
005	DirectComp	Compagnia Danni, diretta (telefono, internet)	http://

Autosicura Diamante
E' la polizza realizzata per tutti coloro che hanno un'auto, in proprietà o in leasing. Ti permette di scegliere, secondo le tue esigenze, tutte le garanzie o solo alcune; inoltre tiene conto delle tue caratteristiche e di quelle del tuo veicolo e, se hai una guida prudente, ti agevola sempre di più.

La forma Diamante aggiunge ai servizi offerti un'assistenza più completa.

Viaggiare Protetto
Grandi idee per la tua auto

http://www.generali.it/generali/est/one.do? € 697,69720
idItem=7407a4d5e3ione=740e

004:ABCtel Assicurazioni

001:XYZ Assicurazioni

€1.276,527616

IDCAT=209#res

Agente

001:Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebbrezza

030:Responsabilità civile: Massimale unico: 6.000.000 €

030:Responsabilità civile: Massimale unico: 6.000.000 €

031:Limitazione della Rivalsa per

- Gestire e visualizzare l'intero portafoglio prodotti, analizzare specifiche linee di prodotto, scendere (“*drill-down*”) sui dettagli di un singolo prodotto
- Includere i prodotti della concorrenza per una facile analisi e comparazione
- Esaminare la “maturità dei prodotti” (p. es. *Boston Matrix*)

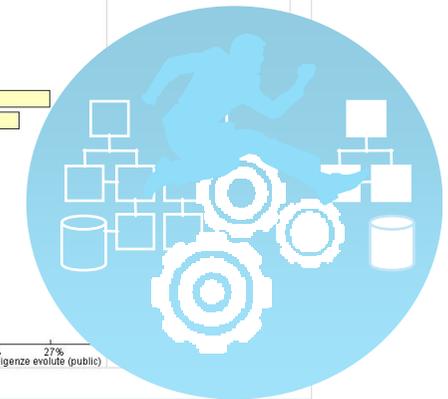
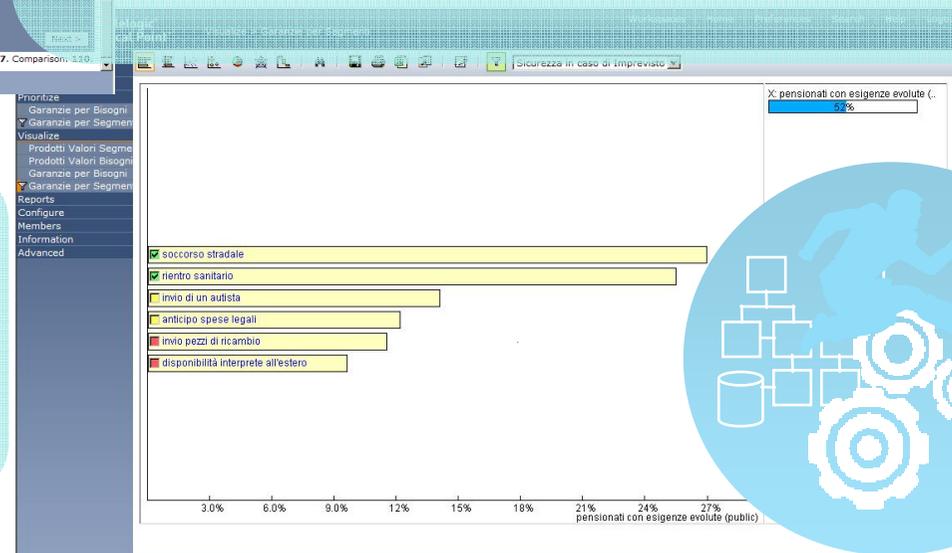


Automazione: efficace supporto ai processi di prioritizzazione e decisionali

auto sostitutiva di categoria pari a quella assicurata		Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebbrezza	
Titolo	auto sostitutiva di categoria pari a quella assicurata	Titolo	Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebbrezza
Immagine		Immagine	
Description	esclude auto sostitutiva	Description	Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebbrezza sotto l'influenza di Sostanze Stupefacenti
Bisogno Soddisfatto	↑ Disponibilità del Bene (Mobilità)	Bisogno Soddisfatto	↑ Protezione del Patrimonio
Costo Tecnico	€10	Costo Tecnico	€15
Prodotti Assicurativi	1:ViaggiareProtetti Plus 2:ViaggiareProtettiTel	Prodotti Assicurativi	1:ViaggiareProtetti Plus 2:SmartBox - tariffe Bonus/Malus 3:Autosicura Rubino 4:Autosicura Diamante 5:ViaggiareProtettiTel 6:DirectAuto
Rank_giovanzi tra i 13 e i 18 anni	?	Rank_giovanzi tra i 13 e i 18 anni	?
Rank_giovanzi tra i 18 e 30 anni senza reddito	1,6	Rank_giovanzi tra i 18 e 30 anni senza reddito	3,5
Rank_giovanzi tra i 18 e 30 anni con reddito	0	Rank_giovanzi tra i 18 e 30 anni con reddito	0
Rank_famiglie con esigenze di base	0,6	Rank_famiglie con esigenze di base	0
Rank_famiglie con esigenze	?	Rank_famiglie con esigenze	?

- Permettere agli *stakeholders* interni (ed eventualmente anche ai clienti) di esprimere le proprie valutazioni sul valore delle caratteristiche di un prodotto
- Utilizzare il risultato di queste valutazioni per determinare quali siano i prodotti migliori

- Supportare il processo di prioritizzazione strategica e di comparazione costo/beneficio, sia tra prodotti che tra componenti dei prodotti



Automazione: efficace supporto ai processi di prioritizzazione e decisionali

Generalmente è abbastanza difficile decidere quando dobbiamo scegliere tra più opzioni

- Il processo decisionale è abbastanza facile se si deve comparare due alternative su un singolo criterio
 - ✓ Quale è più economica? Una mela o una pera?
 - ✓ Quale è più nutriente?
 - ✓ Quale è più semplice da sbucciare?
 - ✓ Quale si accompagna meglio al gelato?
 - ✓ ...
- La difficoltà aumenta se dobbiamo considerare diversi criteri contemporaneamente ...
 - ✓ Quale è "migliore"? La mela o la pera?
- ... se le alternative sono più di due
 - ✓ Ordinare per valore: mela, banana, arancia, pera, ananas ...
- La scelta risulta ancora più difficile se esistono delle dipendenze ...
 - ✓ Puoi prendere la mela solo se hai mangiato le tue patate.
 - ✓ Puoi prendere la banana anche se non hai mangiato le patate.
- ... o se ci sono più opinioni
 - ✓ Serviremo a tutti un solo tipo di frutta



Automazione: efficace supporto ai processi di prioritizzazione e decisionali

Comparazione fra alternative

Un unico criterio per volta

Algoritmo avanzato per minimizzare il # di comparazioni

Comparazione Relativa

Si comparano due alternative alla volta

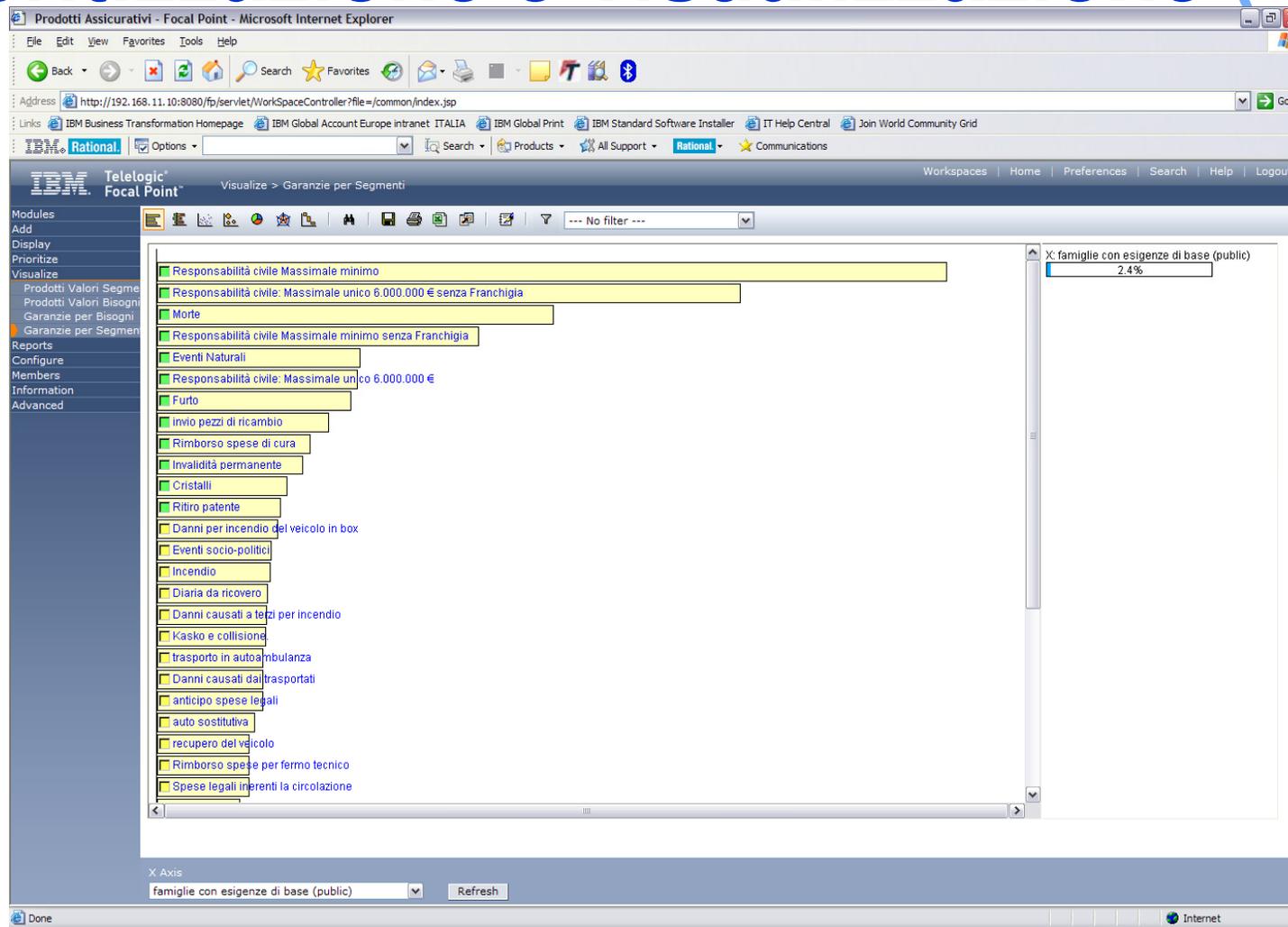
Titolo	auto sostitutiva di categoria pari a quella assicurata	Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebrezza
Immagine		
Description	esclude auto sostitutiva	Limitazione della Rivalsa per guida in stato di ebrezza o sotto l'influenza di Sostanze Stupefacenti Clausola 10
Bisogno Soddisfatto	↑ Disponibilità del Bene (Mobilità)	↑ Protezione del Patrimonio
Costo Tecnico	€10	€15
Prodotti Assicurativi	1:ViaggiareProtetti Plus 2:ViaggiareProtettiTel	1:ViaggiareProtetti Plus 2:SmartBox - tariffa Bonus/Malus 3:Autosicura Rubino 4:Autosicura Diamante 5:ViaggiareProtettiTel 6:DirectAuto
Rank_ragazzi tra i 13 e i 18 anni	?	?
Rank_giovani tra i 18 e 30 anni senza reddito	1,6	0,5
Rank_giovani tra i 18 e 30 anni con reddito	0	0,5
Rank_famiglie con esigenze di base	0,6	0
Rank_famiglie con esigenze avanzate	?	0

Completed: 10. Required: 36. Recommended: 81. Number of elements: ...

Criterion: giovani tra i 18 e 30 anni senza reddito (public) | Delete This Comparison | Delete All Comparisons

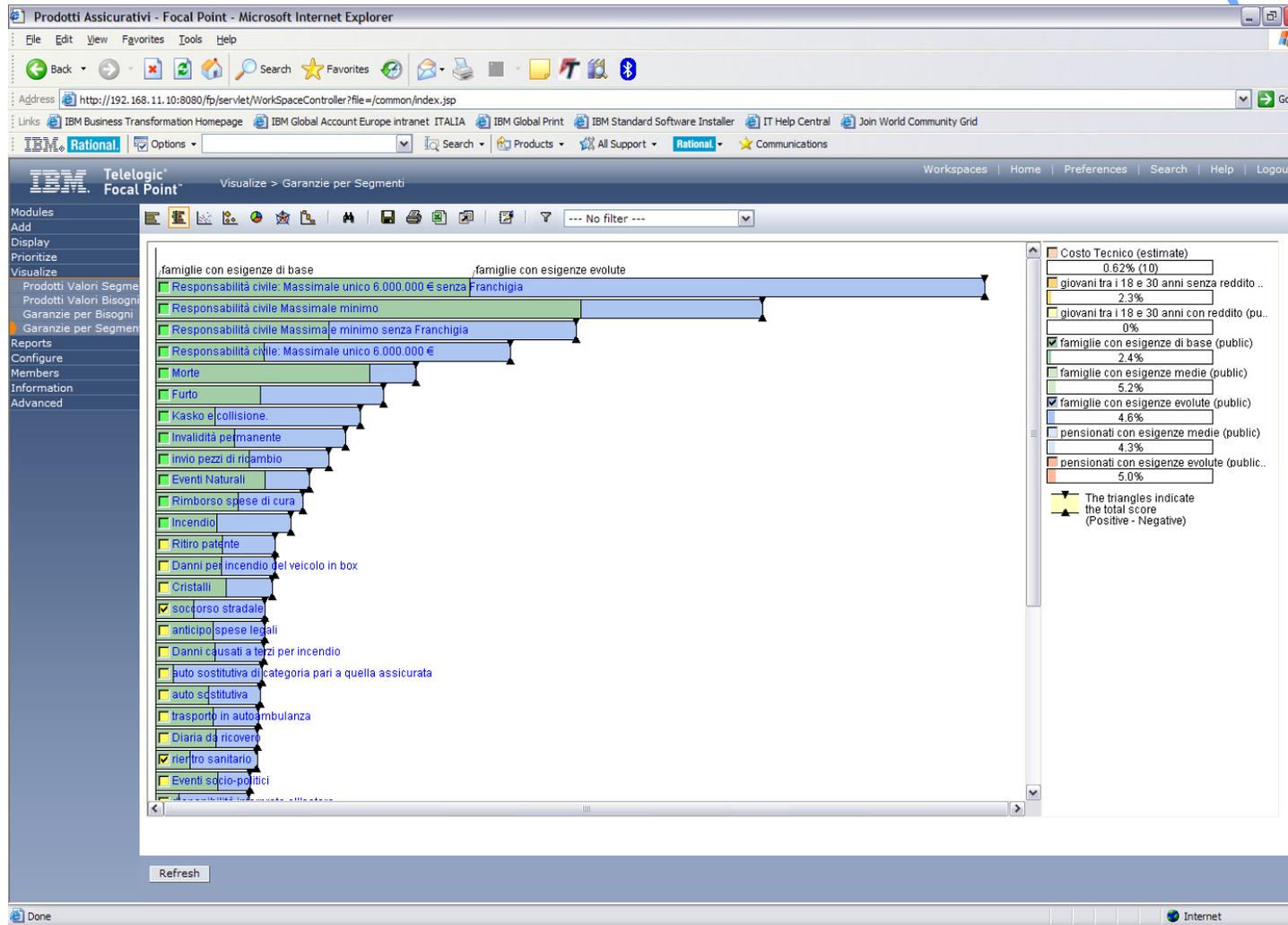
Automazione: efficace supporto ai processi di prioritizzazione e decisionali

Prioritizzazione e visualizzazione (1 di 4)



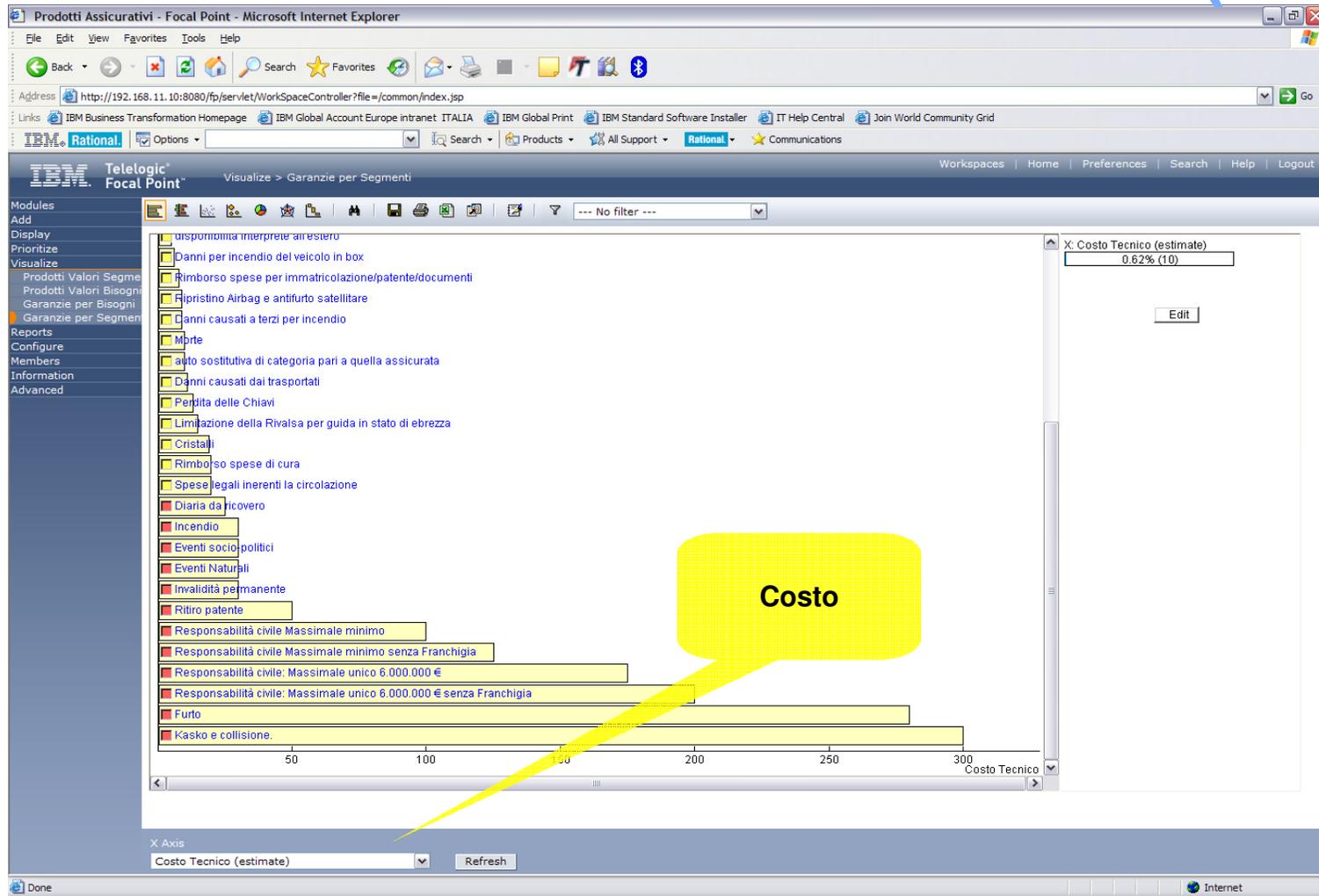
Automazione: efficace supporto ai processi di prioritizzazione e decisionali

Prioritizzazione e visualizzazione (2 di 4)



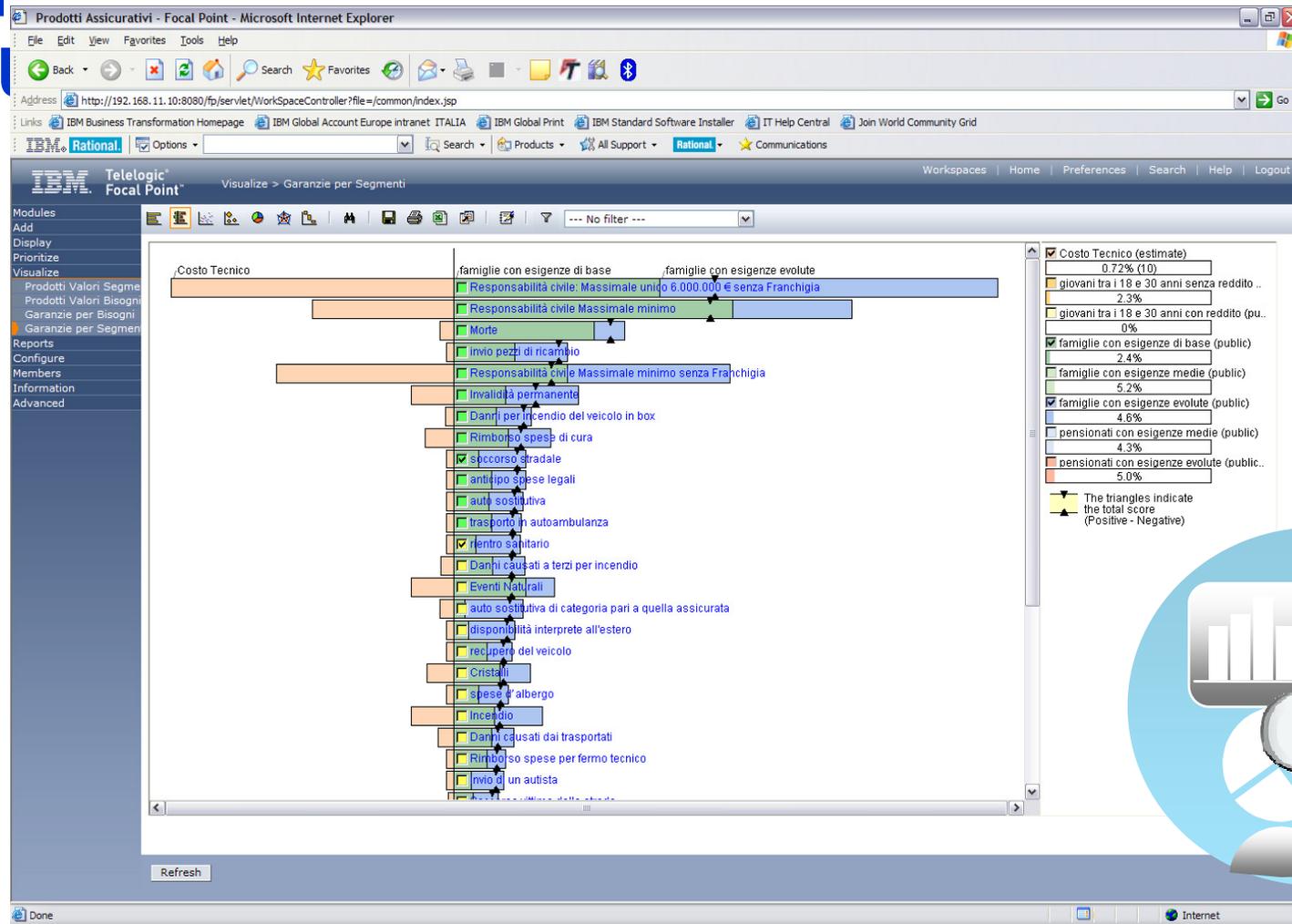
Automazione: efficace supporto ai processi di prioritizzazione e decisionali

Prioritizzazione e visualizzazione (3 di 4)



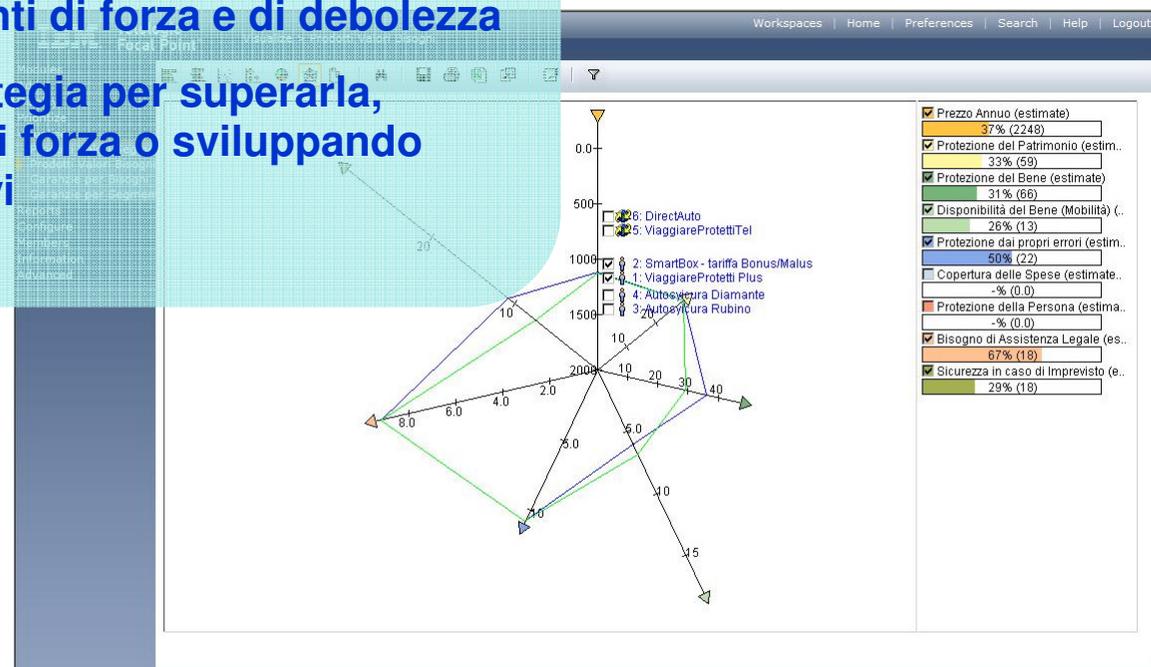
Automazione: efficace supporto ai processi di prioritizzazione e decisionali

Report: Prioritizzazione e visualizzazione



Report: Analisi della concorrenza

- Analizzare i prodotti della concorrenza secondo vari criteri
- Visualizzare i risultati del confronto in un grafico a radar
- Identificare i reciproci punti di forza e di debolezza
- Elaborare la migliore strategia per superarla, focalizzandosi sui punti di forza o sviluppando nuovi vantaggi competitivi



Dimostrazione: scenario commerciale di riferimento

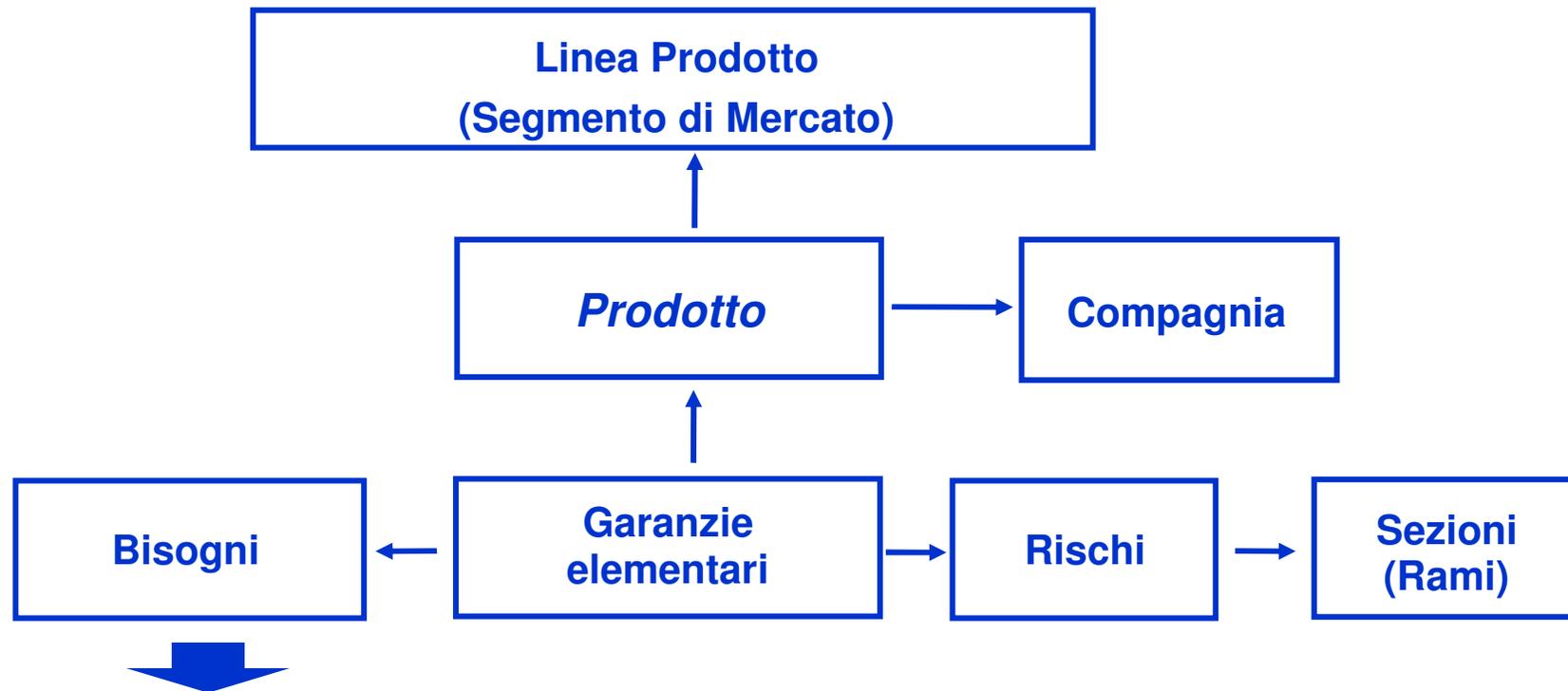
- **Gruppo Assicurativo Multi-brand**
 - **Compagnie**
 - ✓ **ABC – Prodotto: Viaggiare Protetti Plus / Extra**
 - ✓ **XYZ – Prodotto: Autosystem Diamante / Autosystem Rubino**
 - ✓ **ABCTel – Prodotto: Viaggiare Protetti Tel**
 - **Distribuzione tramite Agenzie e Diretta tramite Internet / Call Center**
 - **Confronto con la concorrenza**
 - ✓ **Compagnia Comp1 – Prodotto: SmartBox**
 - ✓ **Compagnia DirectComp – Prodotto: DirectAuto**

- **Portafoglio prodotti**
 - **Linea Auto**
 - **Segmento di mercato, prodotto, rischio, garanzie**

- **Valori della garanzia percepito dal segmento**



Modello concettuale di Prodotto Assicurativo



Bisogni: necessità di

- assicurare un veicolo a motore in base alla legislazione vigente
- tutelarsi dalle perdite economiche derivanti da possibili limitazioni di coperture
- tutelarsi dalla perdita parziale (danneggiamento) e/o totale (furto) del veicolo
- tutelarsi dai possibili inconvenienti (fastidi ...) della circolazione
- ...



Possibili assi di analisi

- **interni al Brand: tutti i componenti, esistenti e/o nuovi, del mio brand, con evidenza delle “best practices”**
- **interi al Gruppo: per realizzare lo share delle competenze, con evidenza delle “best practices”**
- **con i prodotti equivalenti della concorrenza**
- **con riferimento al canale distributivo: p. es. per un prodotto pensato in diverse configurazioni a seconda del canale distributivo con cui sarà venduto: una per Agenzie, una per Internet, una per le banche con cui ho accordi, ...**
- **con riferimento alla capacità di spesa / livello del servizio atteso del cliente; a tale proposito, non è detto a priori che la versione Internet del prodotto debba escludere per forza una confezione “alto di gamma”**



IBM Technical Exploration Center

IBM ITALIA S.p.A. in collaborazione con IBM Technical Exploration Center,
organizza il seminario tecnologico gratuito:

**“Gestire il portafoglio prodotti:
pianificare e decidere con la soluzione Focal Point”**

IBM TEC Roma, Via Sciangai 53

28 ottobre 2009

IBM TEC Segrate, Circonvallazione Idroscalo

30 ottobre 2009

Iscrizioni a TEC_MILANO@it.ibm.com, con: Nome, Cognome, Azienda e nome e data del workshop





© Copyright IBM Corporation 2009. All rights reserved. The information contained in these materials is provided for informational purposes only, and is provided AS IS without warranty of any kind, express or implied. IBM shall not be responsible for any damages arising out of the use of, or otherwise related to, these materials. Nothing contained in these materials is intended to, nor shall have the effect of, creating any warranties or representations from IBM or its suppliers or licensors, or altering the terms and conditions of the applicable license agreement governing the use of IBM software. References in these materials to IBM products, programs, or services do not imply that they will be available in all countries in which IBM operates. Product release dates and/or capabilities referenced in these materials may change at any time at IBM's sole discretion based on market opportunities or other factors, and are not intended to be a commitment to future product or feature availability in any way. IBM, the IBM logo, Rational, the Rational logo, Rational, the Rational logo, and other IBM products and services are trademarks of the International Business Machines Corporation, in the United States, other countries or both. Other company, product, or service names may be trademarks or service marks of others.

