



Jurnal

Identificarea Spațiului Concurențial
Ghid



1 INTRODUCERE

Acest jurnal reprezintă un instrument util în procesul de acțiune-cercetare, pentru a aduna idei referitoare la problema identificată și la dimensiunile și categoriile acesteia.

2 MODEL DE IDENTIFICARE A SPATIULUI CONCURRENTIAL

Strategia de inovare a pieței se concentrează mai degrabă pe **unde să concurezi**, și nu cum să concurezi.

Un spațiu concurential este **cel mai mic segment de piață** în care poți să fii concurent și să inovezi. Este reprezentat de **o combinație creativă a diferitelor segmente de piață**.

Modelul promovează utilizarea unei **analize morfologice**, pentru a identifica soluții inovatoare la probleme complexe, caracterizate prin dimensiuni multiple.

Pentru a identifica un spațiu concurential este necesar să identificăm dimensiunile și categoriile problemei, analizând:

- Valoarea de utilizare și valoarea de schimb a soluției propuse.
- Limitele pieței-tintă.

2.1 DIMENSIUNI

Parametrii generali pe baza cărora se poate descrie o problemă. Exemplu:

Improving Car's Model				
	Time-Related Flaws	Optional	Internal Processes	Aesthetic Qualities

2.2 CATEGORIILE

Parametrii particulari pe baza carora dimesniunile pot varia. Exemplu:

Improving Car's Model				
	Time-Related Flaws	Optional	Internal Processes	Aesthetic Qualities
	Vibrations	ABS	Automatic	Use of chrome
	Noises	Bluetooth tech	Operated by user	New car scent
	Breakdowns	AC	Continuous	Cleanliness
	<u>Odour</u>	CD Player	Random	Sunroof

3 GHID PENTRU COLECTAREA IDEILOR

Actiunea-cercetarea este vazuta ca un proces de invatare, prin care indivizii aduna informatii pentru a putea aborda o problema intr-un mod eficient. Informatiile pot include:

<ul style="list-style-type: none">• Nevoile clientului	Oferta si cerere
<ul style="list-style-type: none">• Solutiile existente	
<ul style="list-style-type: none">• Valoarea solutiilor (economica si sociala)	Valoarea de schimb si valoarea de utilizare
<ul style="list-style-type: none">• Capacitatea solutiei de a satisface nevoile clientului	
<ul style="list-style-type: none">• Oportunitatile de pe piata-tinta	Limitele pietei
<ul style="list-style-type: none">• Punctele slabe ale pietei-tinta	

<ul style="list-style-type: none">• Caracteristicile problemei	Dimensiunile si categoriile
<ul style="list-style-type: none">• Spatii concurentiale posibile	

Pentru a aduna informatii, repondentii pot include:

- Profesori care au legatura directa cu problema
- Persoane direct influentate de problema
- Experti
- Comunitatea in general (familia)

4 ANALIZA OFERTEI

SUPPLY SIDE 1/2

Piata este vazuta ca un set de produse si servicii pe care clientul le percepe ca utile in satisfacerea unei anumite nevoi.

Exemple de intrebari:

1. Ce resurse (naturale, umane, tehnologice, organizationale, etc.) exista pentru a rezolva problema?

2. Ce resurse trebuie sa fie imbunatatite pentru a rezolva problema mai eficient? _____

SUPPLY SIDE 2/2

3. Ce resurse exista deja pentru a rezolva partial problema?

4. Ce aspect al solutiilor existente trebuie sa fie imbunatatit pentru a aborda mai eficient problema? (mentalitate, tehnologie, etc.)?



5 ANALIZA CERERII

DEMAND SIDE 1/2

Piata este vazuta ca un set de nevoi ale clientilor care trebuie satisfacute prin diferite solutii si servicii, in concurenta unele cu altele.

Exemple de intrebari:

1. Care sunt clientii-tinta direct / indirect influentati de problema?

2. Care sunt nevoile acestora?

DEMAND SIDE 2/2

3. Care dintre aceste nevoi trebuie sa fie abordate?

4. Ce alte nevoi pot fi considerate prioritare in viitor?

6 IDENTIFICAREA DIMENSIUNILOR SI A CATEGORIILOR

	Dimensiune:
Categoria 1	
Categoria 2	
Categoria 3	
Categoria 4	
Categoria 5	
Categoria 6	
Categoria 7	
Categoria 8	
Categoria 9	
Categoria 10	
Categoria 11	
Categoria 12	
Categoria 13	
Categoria 14	
Categoria 15	
Categoria 16	
Categoria 17	
Categoria 18	
Categoria 19	
Categoria 20	

	Dimensiune:
Categoria 1	
Categoria 2	
Categoria 3	
Categoria 4	
Categoria 5	
Categoria 6	
Categoria 7	
Categoria 8	
Categoria 9	
Categoria 10	
Categoria 11	
Categoria 12	
Categoria 13	
Categoria 14	
Categoria 15	
Categoria 16	
Categoria 17	
Categoria 18	
Categoria 19	
Categoria 20	

	Dimensiune:
Categoria 1	
Categoria 2	
Categoria 3	
Categoria 4	
Categoria 5	
Categoria 6	
Categoria 7	
Categoria 8	
Categoria 9	
Categoria 10	
Categoria 11	
Categoria 12	
Categoria 13	
Categoria 14	
Categoria 15	
Categoria 16	
Categoria 17	
Categoria 18	
Categoria 19	
Categoria 20	

	Dimensiune:
Categoria 1	
Categoria 2	
Categoria 3	
Categoria 4	
Categoria 5	
Categoria 6	
Categoria 7	
Categoria 8	
Categoria 9	
Categoria 10	
Categoria 11	
Categoria 12	
Categoria 13	
Categoria 14	
Categoria 15	
Categoria 16	
Categoria 17	
Categoria 18	
Categoria 19	
Categoria 20	

	Dimensiune:
Categoria 1	
Categoria 2	
Categoria 3	
Categoria 4	
Categoria 5	
Categoria 6	
Categoria 7	
Categoria 8	
Categoria 9	
Categoria 10	
Categoria 11	
Categoria 12	
Categoria 13	
Categoria 14	
Categoria 15	
Categoria 16	
Categoria 17	
Categoria 18	
Categoria 19	
Categoria 20	

	Dimensiune:
Categoria 1	
Categoria 2	
Categoria 3	
Categoria 4	
Categoria 5	
Categoria 6	
Categoria 7	
Categoria 8	
Categoria 9	
Categoria 10	
Categoria 11	
Categoria 12	
Categoria 13	
Categoria 14	
Categoria 15	
Categoria 16	
Categoria 17	
Categoria 18	
Categoria 19	
Categoria 20	