

产品和服务开发

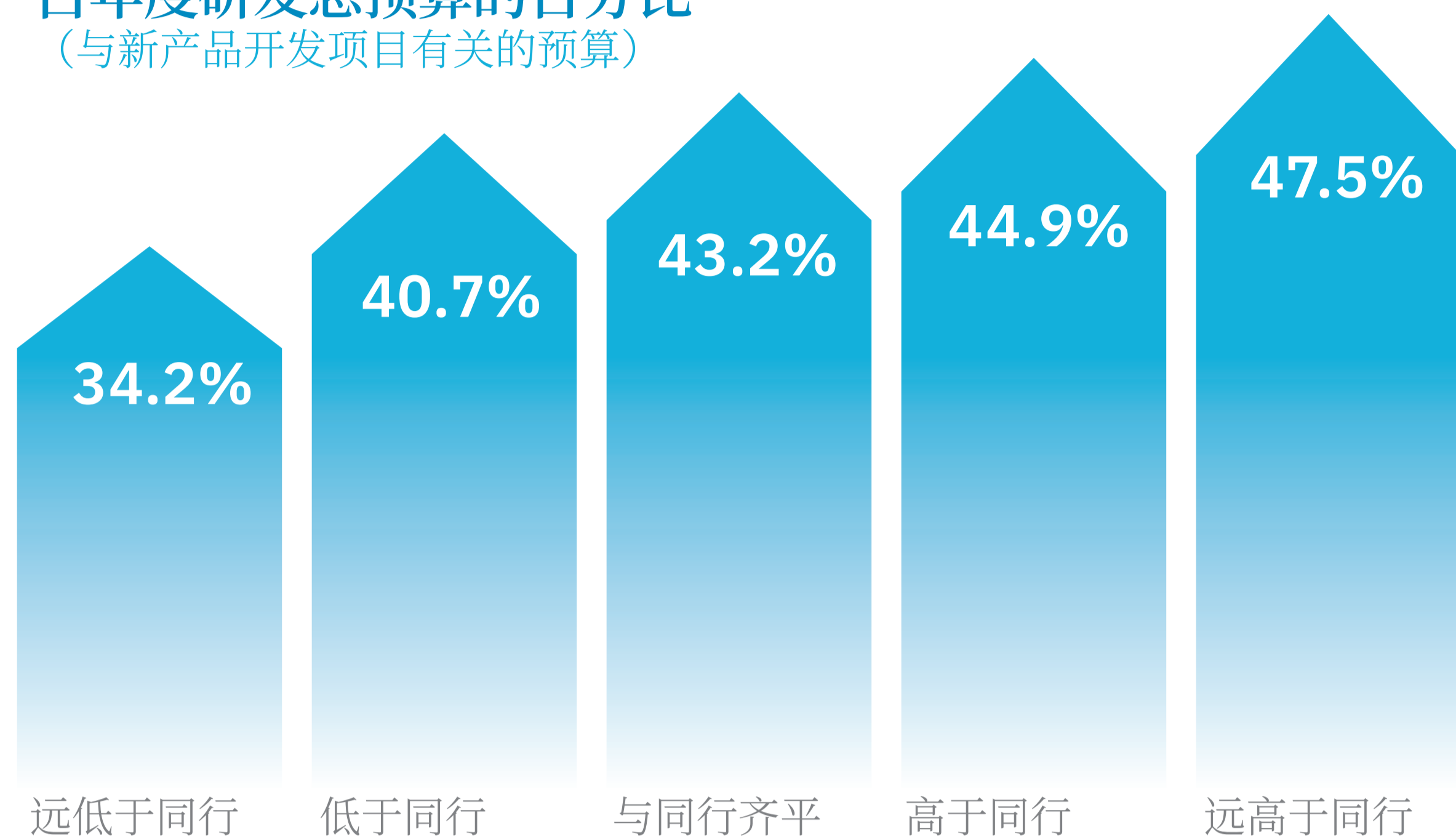
2016 年调研结果解决常见的客户头等难题

推动收入增长

关注空白领域：注重全新产品开发的企業往往收入增长幅度更大

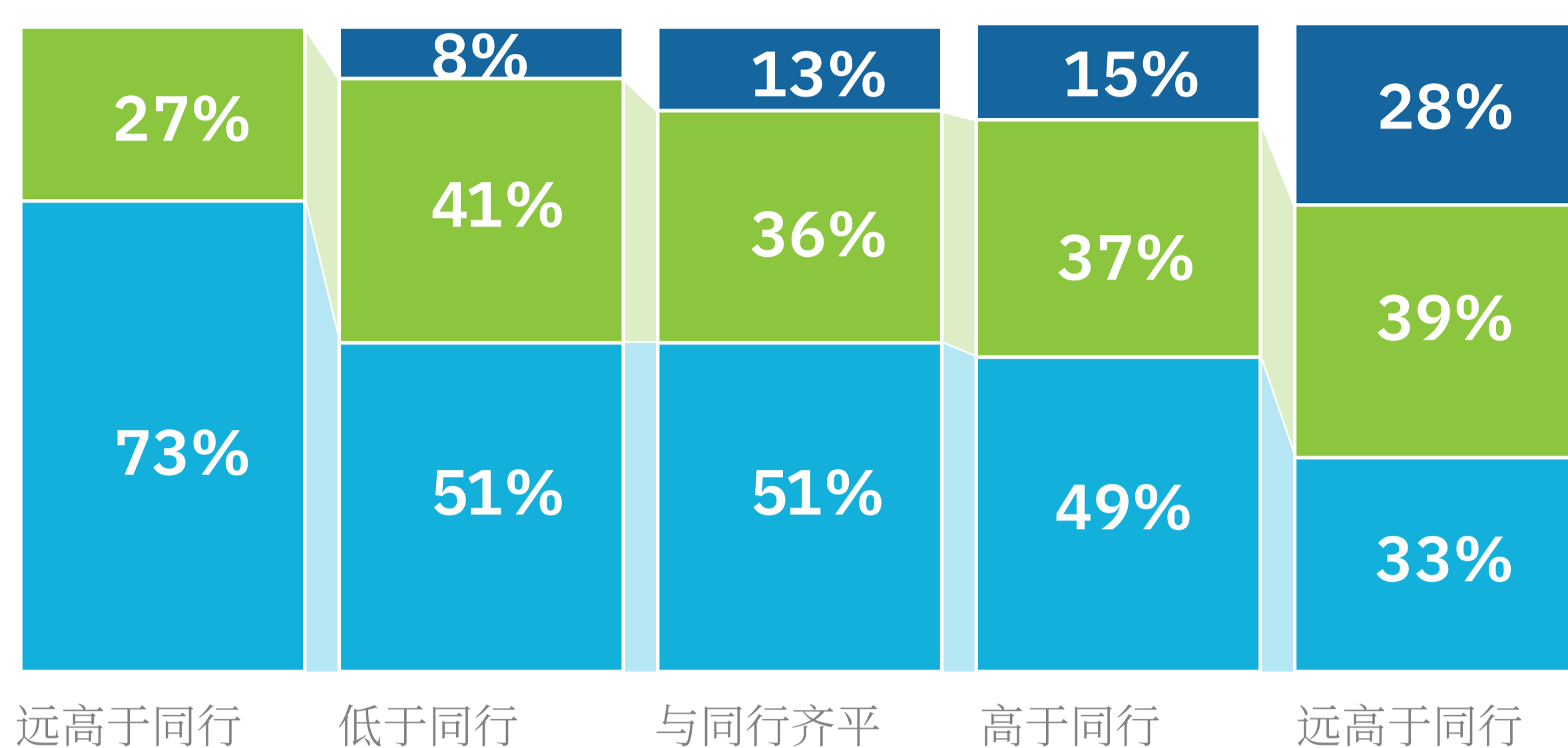
让客户参与其中：客户参与开发与更高的收入增长相关

占年度研发总预算的百分比
(与新产品开发项目有关的预算)



收入增长与同行对比的情况

客户参与程度
新产品和服务开发



收入增长与同行对比的情况

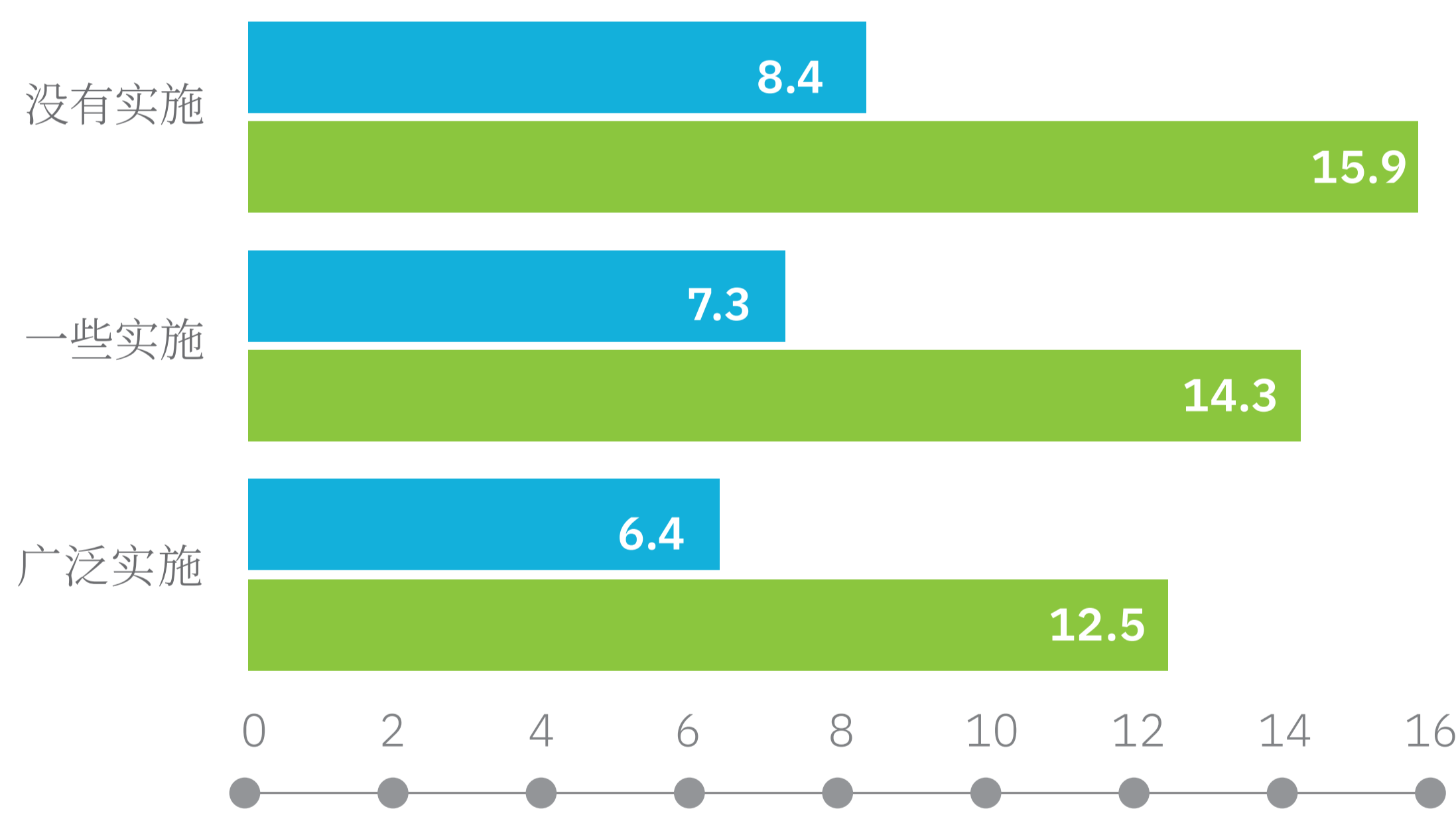
■ 没有参与 ■ 一些参与 ■ 广泛参与

加快盈利速度

了解客户和产品：使用“大数据”分析平台来收集客户或产品洞察可以加快盈利速度

选择最有利可图的项目：使用高级场景可视化来更好地预测利润率，可以帮助缩短实现盈利的时间

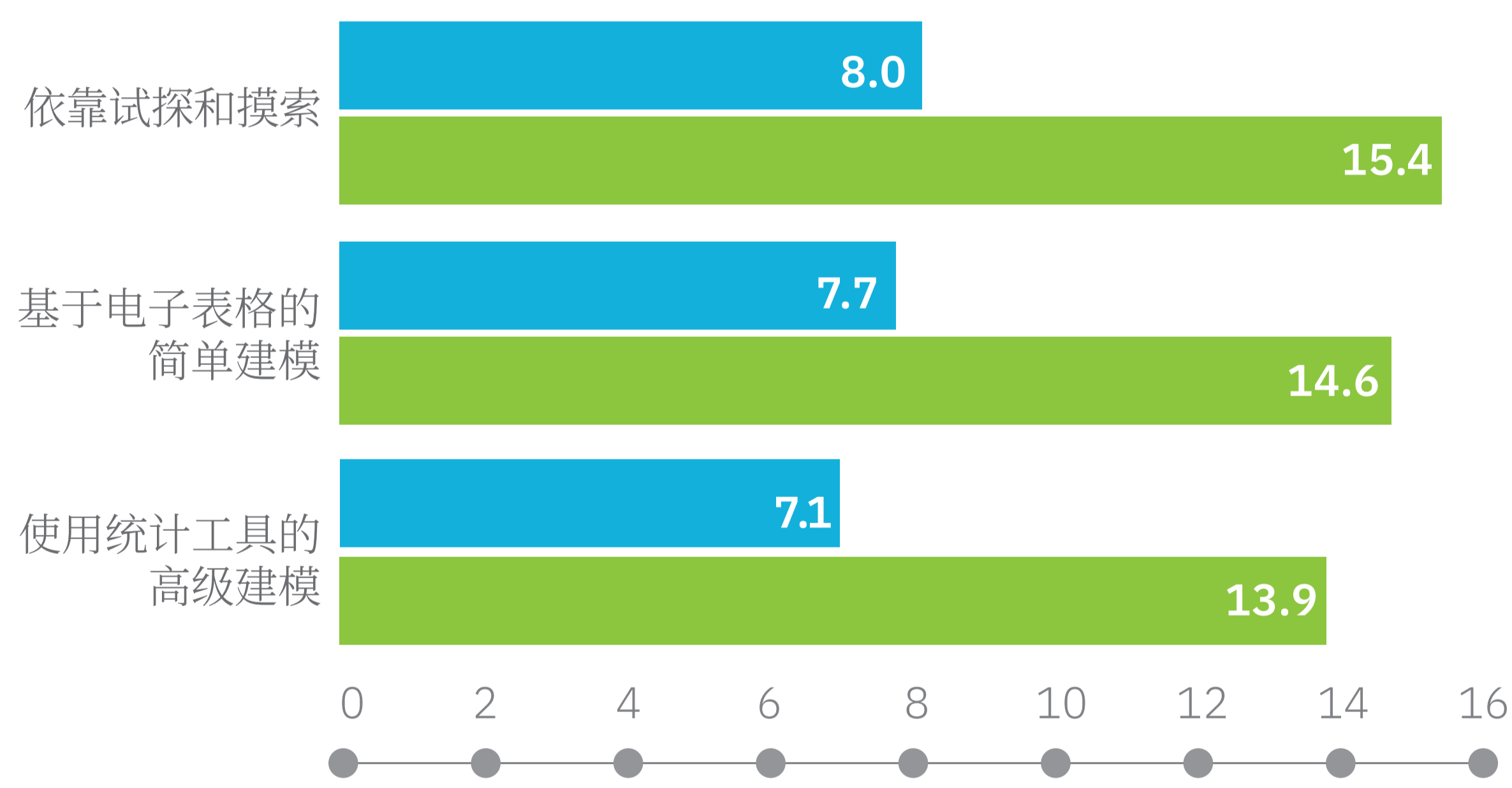
使用大数据分析平台
收集客户和产品信息



实现赢利的时间（按月计算）

■ 现有产品/服务改进 ■ 全新产品/服务

使用场景可视化
更好地预测利润率



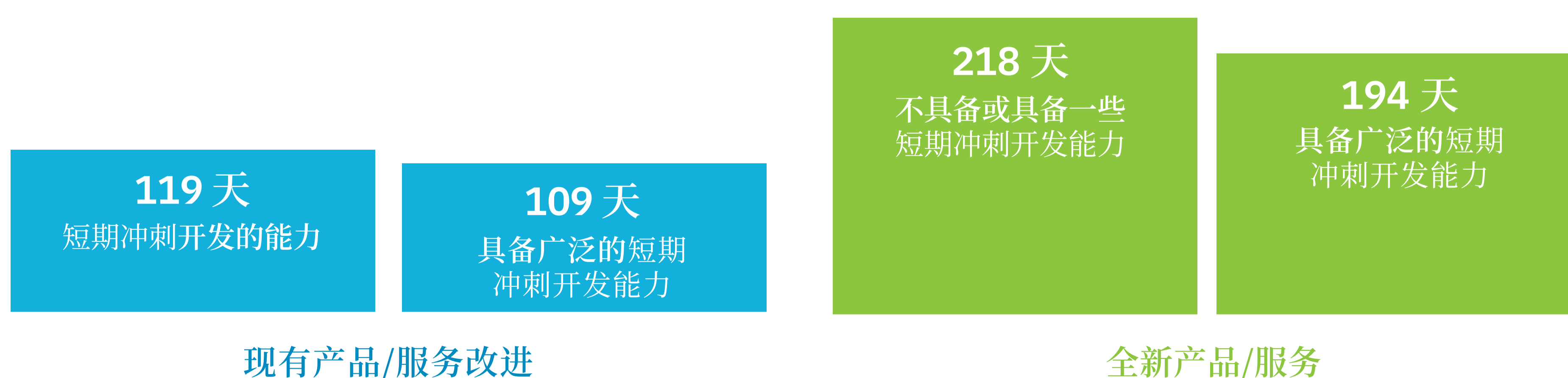
实现赢利的时间（按月计算）

加快产品面市速度

使用敏捷方法：开展短期冲刺开发（Sprint）的能力可以加快产品面市速度

从设计流程到成功上市的时间（按天计算）

从资源首次分配到产品/服务做好销售准备



现有产品/服务改进

全新产品/服务