

Telelogic Focal Point enfocado en el Manejo de Productos

Alcance el liderazgo de su producto a través de Telelogic Focal Point

Telelogic® Focal Point™ enfocado en el Manejo de Productos es una solución, basada en la Web, creada para los gerentes de productos que permite a las organizaciones seleccionar las características correctas de un artículo y entregarlas al segmento correcto de mercado en el momento en que éste lo está requiriendo, ya que facilita una mejor toma de decisiones para dicho producto. Con Focal Point, los gerentes de producto seleccionan las características del artículo que los clientes dejan a través de los comentarios que hacen del producto y del mercado. Al enfocarse en el valor del cliente y del negocio, Focal Point ayuda a mejorar las decisiones que se toman sobre dicho artículo a lo largo de su ciclo de vida, desde su creación hasta su liberación.

BENEFICIOS

- *Mejore el éxito de un producto relacionando los requerimientos del mismo con el valor del cliente e informándoles a ellos cuando sus necesidades están siendo cumplidas.*
- *Evalúe el impacto de las decisiones usando un escenario y un mapa interactivo al planear y determinar el alcance de los productos.*
- *Responda a las presiones de ventas y muestre cuáles necesidades provienen de cuentas clave o cuáles de los segmentos del mercado.*
- *Mida el rendimiento con base en sus objetivos después de que el producto ha sido liberado.*

CARACTERÍSTICAS

- *Captura en la Web de las ideas que dejan sus clientes y otros grupos de interés que participan directamente en el proceso de recolección de datos.*
- *Captura automáticamente los requerimientos del producto a partir de los correos electrónicos del cliente y complémtelos con información del propio cliente, del segmento de mercado y del producto para un análisis más sencillo.*
- *Capture datos de inteligencia competitivos y de las ganancias/pérdidas para comprender mejor las presiones del mercado y desarrollar nuevos requerimientos del producto.*
- *Identifica la forma en que metas importantes desde la entrega y los objetivos del producto, se ajusten a las restricciones de tiempo, costo y disponibilidad de recursos.*
- *Construya un mapa del producto alcanzable para visualizar el impacto de los cambios en costos, demanda de recursos y rendimientos.*

Capture las ideas que tiene los clientes y grupos de interés de su producto

Como gerente del producto, usted probablemente tiene los requerimientos en hojas de cálculo o en documentos de texto, más información en los reportes de pérdidas y reportes de llamadas, y la información de soporte al cliente y de ventas en los sistemas de Manejo de la Relación con el Cliente (CRM) y de help desk. Toda esta información dispar es difícil de recolectar y de analizar porque carece de un lugar centralizado para almacenarla toda. Mediante un solo repositorio, usted podrá compartir las decisiones con sus clientes y grupos de interés e informarles cuándo estará disponible un producto o lanzamiento.

Con la solución de Focal Point, los grupos de interés en el producto pueden usar una interfaz Web o enviar correos electrónicos para presentar ideas sobre el mismo. Los usuarios pueden dirigir el correo electrónico automáticamente hacia Focal Point y generar requerimientos con vínculos al producto, al cliente e incluso al segmento de mercado del cliente. A través de la Web, los clientes pueden votar por el alcance que tendrá la propuesta de un lanzamiento o describir el valor que les aportará el producto, proporcionando una comprensión más honesta del valor y las características que ofrecen en el mercado.

Al usar el Punto Focal, usted puede destinar más tiempo a las actividades estratégicas como el análisis del mercado y de su competencia, lo que le ayudará a aportar productos más exitosos a largo plazo.

Tome decisiones basadas en el valor

Uno de las partes más difíciles del proceso de planeación de un producto es decidir si una característica será valorada por los segmentos del mercado a los que se dirigirá. Sin una adecuada estimación, la selección de las características del producto es más una adivinanza que una toma de decisiones con base en hechos. Con el análisis competitivo de Focal Point y reportes de ganancias/pérdidas, usted podrá comprender mejor cómo se aproximan sus competidores a sus segmentos del mercado y dónde se encuentran sus fortalezas y debilidades. Agregue además la habilidad de definir segmentos del mercado y personas y comience a entender mejor las necesidades de los compradores y de los usuarios en esos segmentos de mercado.

Con esta información manejada de manera central y con las relaciones construidas entre estas diferentes fuentes de información, usted podrá tomar decisiones basadas en características valoradas por sus segmentos de mercado. Usted puede ser menos dependiente de las declaraciones emocionales de los equipos de ventas que argumentan que ciertas características pueden cerrar más negocios. La voz más sonora en una reunión de producto será la que probablemente menos determine la selección de las características.

Telelogic Focal Point enfocado en el Manejo de Productos

Alcance el liderazgo de su producto a través de Telelogic Focal Point

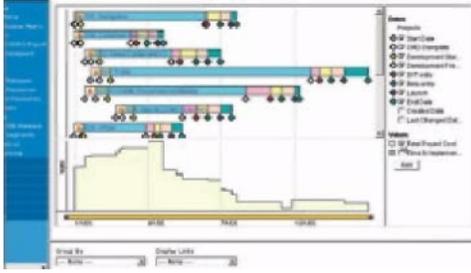


Figura 1: Revise y modifique los mapas para visualizar el impacto en los costos y recursos.

Construya mapas de alcance de producto

Cuando se construyen los mapas de producto, dos cosas pueden esperarse – algo cambiará y el mapa necesitará actualizarse. A estas alturas, se vuelve difícil hacer cambios en el mapa, introducir nuevas características o lanzamientos, y tener presente las típicas restricciones, como recursos y presupuesto disponibles, alcance y valor que las nuevas versiones o características le pueden dar a los mercados objetivo. Con el Focal Point, la visualización del mapeo interactivo le permiten enfocarse en el alcance de los detalles del producto, ver los gráficos de los recursos y las exigencias financieras, y disponer lanzamientos de producto que le ayuden a entender las restricciones.

Los mapas interactivos de producto que apoyan la valoración del impacto y que son modificables en la marcha, ayudan a mejorar su agilidad comercial y a brindarle una ventaja competitiva. Dado que sus mapas son altamente alcanzables, usted puede promover sus productos de manera más agresiva y atacar nuevos segmentos del mercado con la confianza de saber que su producto puede entregarse en el momento indicado.



© Copyright IBM Corporation 2008

IBM Corporation, Software Group, Route 100, Somers, NY 10589, E.U. Producido en los Estados Unidos de Norteamérica, Octubre del 2008, todos los derechos reservados.

IBM, el logotipo de IBM, ibm.com, Rational y Telelogic son marcas de fábrica o marcas registradas de International Business Machines Corporation en los Estados Unidos, otros países, o ambos. Si éstos y otros términos registrados de IBM están marcados en su primera ocurrencia en esta información con un símbolo de la marca de fábrica (® o™), estos símbolos indican registro en E.U. o marcas de fábrica bajo derecho común propiedad de IBM en el momento en que esta información fue publicada. Tales marcas de fábrica también pueden registrarse o ser marcas de fábrica bajo derecho común en otros países. Una lista actual de las marcas de fábrica de IBM está disponible en la Web en "Copyright and trademark information" en ibm.com/legal/copytrade.shtml

Otros productos o nombres de servicio de la compañía pueden ser marcas de fábrica o marcas de servicio de otros.

Las referencias en esta publicación a productos o servicios de IBM no implican que IBM pretenda ponerlos a disponibilidad en todos los países en los que opera IBM.

La información contenida en este documento se proporciona sólo para propósitos informativos y se ofrece "como está" sin garantía de cualquier tipo, expresa o implícita. Además, esta información se basa en los actuales planes y estrategias de producto de IBM que están sujetos a cambio sin previo aviso por parte de IBM. Sin limitar lo anterior, todas las declaraciones con respecto a la dirección futura o intenciones de IBM están sujetas a cambio o retiro sin previo aviso y sólo representan metas y objetivos. Nada de lo contenido en esta documentación pretende, ni tendrá el efecto de, crear ninguna garantía o representaciones por parte de IBM (o de sus proveedores o licenciatarios), o de alterar los términos y condiciones del convenio de licencia aplicable que gobierna el uso del software de IBM.

RAD14041-USEN-00
3021_2_0810_US

Cómo funciona

Al incluir fuertes capacidades de integración, Focal Point a los gerentes de producto a captar y compartir información con otras fuentes de información dentro de su organización, como CRM, Planificación de Recursos Empresariales (ERP), y sistemas de rastreo financiero y de defectos. Focal Point incluye una interfaz de programación de la aplicación de servicios Web (API) que facilita la integración de otras fuentes de datos para proporcionar alimentación de datos o extracción de datos.

Focal Point apoya múltiple grupos de interés a través de una funcionalidad basada en los puestos que es accesible a través de la Web. Las vistas, informes y formularios recientes y pre-configurados instalados en un servidor de aplicación Web se basan en las mejores prácticas. Las herramientas de administración y configuración basadas en la Web ayudan a los clientes a confeccionar Focal Point según sus procesos existentes. La configuración apoya la facilidad de uso, y los cambios pueden ser manejados por un usuario central, lo que ayuda a minimizar el impacto sobre el personal de informática y a simplificar la captura de nuevos tipos de información.

El Punto focal está disponible como una aplicación instalada dentro de la infraestructura de su organización o es accesible como una solución incluida (software como servicio) por parte de IBM.

Para más información

Para conocer más, por favor visite:

www.telelogic.com