

I principali attori nello sviluppo di un prodotto:

Nella realizzazione e gestione delle varie fasi di sviluppo di un prodotto sono coinvolte differenti realtà aziendali che interagiscono tra loro in vari momenti e con diverse modalità. Queste realtà vengono spesso identificate come **enti** o **funzioni** aziendali. Ecco quali sono:

1. Sappiamo che il **Marketing**: è il complesso delle tecniche e processi sociali che identifica le esigenze del mercato, definisce le caratteristiche del prodotto e stabilisce strategie di lancio. Il suo compito è garantire che il prodotto sia allineato con le richieste del target di riferimento. L'UFFICIO MARKETING è l'**interfaccia tra il cliente l'azienda** ed è responsabile di analizzare il mercato e identificare opportunità, tendenze e preferenze dei consumatori. In un contesto di sviluppo prodotto, si occupa di individuare le opportunità di mercato, definendone i segmenti e identificando le aspettative del cliente. Dal punto di vista operativo gestisce la comunicazione, stabilisce i prezzi di vendita, pianifica il lancio di nuovi prodotti e definisce i supporti alla vendita. L'ufficio marketing si occupa quindi di:
 - **Ricerca di Mercato**: raccoglie dati sui bisogni dei clienti e analizza la concorrenza per allineare le offerte aziendali alle richieste del mercato.
 - **Definizione del Target**: identifica i gruppi di consumatori ideali per il prodotto, specificando segmenti demografici, interessi e comportamenti di acquisto.
 - **Sviluppo del Prodotto**: collabora con il team di progettazione per definire caratteristiche del prodotto, funzionalità e valore aggiunto, assicurando che rispondano alle esigenze del mercato.
 - **Promozione e Comunicazione**: pianifica strategie di marketing per il lancio e la promozione del prodotto, utilizzando strumenti di comunicazione come pubblicità, social media e relazioni pubbliche.
 - **Gestione del Brand**: cura l'immagine aziendale e del prodotto, garantendo coerenza tra la strategia di comunicazione e i valori aziendali, così da creare un forte riconoscimento del brand.

L'obiettivo principale dell'ufficio marketing è quindi creare un legame tra il prodotto e il mercato, assicurando che il prodotto risponda in modo efficace ai bisogni dei clienti e che abbia successo una volta lanciato. Ogni prodotto infatti è concepito per soddisfare le esigenze dei clienti.

2. **Progettazione**: si occupa della creazione del design e delle specifiche tecniche del prodotto, tenendo conto delle richieste di marketing e dei vincoli tecnici. Lavora per rendere il prodotto funzionale, innovativo e utilizzabile.
3. **Acquisti**: gestisce l'approvvigionamento delle materie prime e dei componenti necessari, garantendo la qualità e il costo competitivo dei materiali selezionati per la produzione.

4. **Qualità**: assicura che il prodotto rispetti gli standard qualitativi definiti e coordina test di qualità durante le varie fasi di sviluppo e produzione per identificare eventuali difetti.
5. **Produzione**: si occupa del processo di fabbricazione, assicurando che il prodotto venga realizzato secondo i tempi, i costi e le specifiche progettuali previsti, ottimizzando le risorse disponibili.
6. **Logistica**: gestisce il flusso di materiali e prodotti finiti, pianificando il trasporto, la distribuzione e l'immagazzinamento per assicurare la disponibilità del prodotto nel punto di vendita o presso i clienti finali.

2. La funzione **progettazione** definisce le caratteristiche tecniche del prodotto (forma struttura, prestazioni), trasformando i requisiti del cliente in specifiche dettagliate, disegni, prototipi e soluzioni tecniche per garantire funzionalità, qualità e costi adeguati.

3. L'ente **acquisti** si occupa di **selezionare e negoziare i fornitori**, garantendo l'approvvigionamento di **materiali**, componenti, servizi e le **competenze esterne** necessari allo sviluppo (progettazione e realizzazione) del prodotto. Durante questa fase, l'ente collabora strettamente con progettazione e produzione per assicurarsi che i requisiti tecnici e qualitativi siano rispettati, ottimizzando tempi e costi.

4. L'ente **qualità** si occupa di **garantire che il prodotto rispetti gli standard qualitativi stabiliti**, sia normativi (per esempio **#ISO 9000**) che aziendali. Monitora tutte le fasi dello sviluppo e della produzione, eseguendo controlli e verifiche per identificare difetti o non conformità. Utilizza tecniche e strumenti per il campionamento della qualità dei componenti acquistati dai fornitori e di quelli dei prodotti. Collabora con progettazione e produzione per risolvere eventuali problemi, migliorare i processi e assicurare la soddisfazione del cliente.

5. L'ente **produzione** si occupa di **realizzare il prodotto**, trasformando le materie prime in beni finiti o servizi secondo le specifiche definite dalla progettazione. Nella fase iniziale di sviluppo partecipa alla creazione dei prototipi. Pianifica, organizza e gestisce le risorse (umane, materiali e tecnologiche) per garantire efficienza, qualità e rispetto dei tempi di consegna. Collabora con logistica e qualità per ottimizzare i processi produttivi.

6. La **logistica** si occupa di **gestire il flusso di materiali, informazioni e prodotti**, assicurando che tutto sia disponibile al momento giusto e nel luogo corretto, definisce le **modalità produttive** ricercando la massima efficienza. Coordina le attività di stoccaggio, trasporto, distribuzione e approvvigionamento, ottimizzando tempi e costi. Collabora strettamente con produzione, acquisti e qualità per garantire l'efficienza della supply chain (insieme delle attività, processi e risorse coinvolti nella produzione e distribuzione di un prodotto o servizio, dalla fornitura delle materie prime

fino alla consegna al cliente finale. Include fornitori, produzione, logistica, distribuzione e vendita).