



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR

Załącznik nr 4 do Regulaminu wyboru projektów

Minimalny zakres strategii wzorniczej

1. Charakterystyka dotychczasowej działalności Wnioskodawcy, zawierająca analizę obecnego stanu wzornictwa w przedsiębiorstwie w zakresie:
 - a) oferowanych produktów, technologii,
 - b) posiadanej struktury organizacyjnej,
 - c) procesów komunikacji z klientem,
 - d) stosowanej strategii marketingowej,
 - e) opisu trendów rynkowych (branżowych, społecznych i technologicznych) o dużym potencjale wpływu na rynek Wnioskodawcy,
 - f) stosowania zasad ekoprojektowania,
 - g) analizy barier formalnych rozwoju przedsiębiorstwa,
 - h) oferty pod kątem wykorzystania wzornictwa i potencjału rynkowego wnioskodawcy.
2. Określenie przez Wykonawcę kierunków i planów rozwoju firmy w zakresie wzornictwa.
3. Analiza oczekiwań i potrzeb przedsiębiorstwa w zakresie wykorzystania procesów wzorniczych dotyczących opracowania i wdrożenia innowacyjnego produktu.
4. Kompleksowa analiza rynkowa i określenie grupy docelowej dla innowacyjnych produktów.
5. Analiza popytu na innowacyjne produkty na rynkach docelowych.
6. Analiza pozycji konkurencyjnej opartej o podstawowe założenia z zakresu marketing mix, w zakresie innowacyjnych produktów.
7. Wskazanie działań koniecznych dla budowania marki, oferty rynkowej i strategii konkurowania oraz dostosowania wewnętrznych procesów zarządczych w firmie związanych ze stosowaniem wzornictwa.
8. Opis innowacji produktowej i jeżeli dotyczy dodatkowo innowacji w procesie biznesowym wprowadzanej w wyniku projektowania wzorniczego, w oparciu o Podręcznik Oslo 2018, wydanie 4. Dla wykazania innowacyjności produktu wymagane jest przedstawienie jego nowości / znaczącego ulepszenia poprzez mierzalne, sparametryzowane cechy, funkcjonalności, które umożliwią porównanie planowanego do wdrożenia produktu do produktów w obecnej ofercie wnioskodawcy lub jeśli Wnioskodawca nie posiada jeszcze produktów w swojej ofercie (np. rozpoczyna działalność gospodarczą) do produktów oferowanych przez konkurencję.



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR

9. Opis procesu projektowania wzorniczego, obejmującego co najmniej opracowanie projektów nowego lub znacząco ulepszanego produktu w zakresie cech technicznych, użytkowych i estetycznych, oraz opracowanie prototypów i przeprowadzenie niezbędnych testów.
10. Wyznaczenie harmonogramu realizacji poszczególnych celów wraz z wykazem niezbędnych zakupów.
11. Przygotowanie briefu projektowego, dokumentu zawierającego założenia dotyczące działań i uczestników projektu wzorniczego oraz procesu wdrażania nowego lub znacząco ulepszanego produktu oraz wszystkie informacje, które mogą mieć wpływ na postać produktu i proces jego wdrażania.
12. Ocena możliwości wykorzystania wzornictwa w firmie i jej potencjału w tym zakresie.
13. Wskazanie najważniejszych barier obserwowanych przez przedsiębiorstwo w zakresie realizowanego wzornictwa.
14. Możliwości rozwiązywania problemów wzorniczych w firmie.