



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 zasad ekoprojektowania planowanych do wdrożenia w ramach opracowywanego pod kątem wzorniczym produktu.
10. 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.
11. Wyznaczenie harmonogramu realizacji poszczególnych celów wraz z wykazem niezbędnych zakupów i rodzajowych kosztów.
12. 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.
13. Ocena możliwości wykorzystania wzornictwa w firmie i jej potencjału w tym zakresie.
14. Wskazanie najważniejszych barier obserwowanych przez przedsiębiorstwo w zakresie realizowanego wzornictwa.
15. Możliwości rozwiązania problemów wzorniczych w firmie.