

IBM Rational Software Development Conference

Roma 7 ottobre Milano 9 ottobre 2008

WHERE TEAMS ARE **R-HEROES**



Product portfolio management: agilità nel passaggio dall'idea al prodotto lungo tutto il ciclo di vita, costante attenzione ai clienti e al mercato nel raggiungimento degli obiettivi di business.

Luca Sentimenti

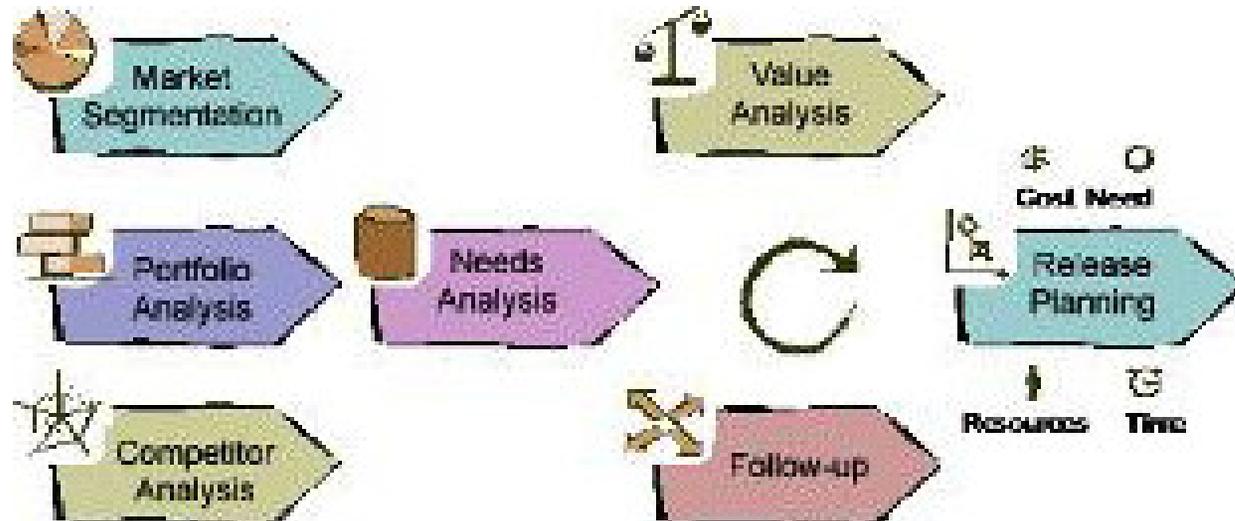
Agenda

- Le sfide per il Product Management
- Come Focal Point può aiutarvi lungo tutto il ciclo di vita del prodotto
- Come Focal Point può supportarvi nel processo decisionale
- Dimostrazione pratica



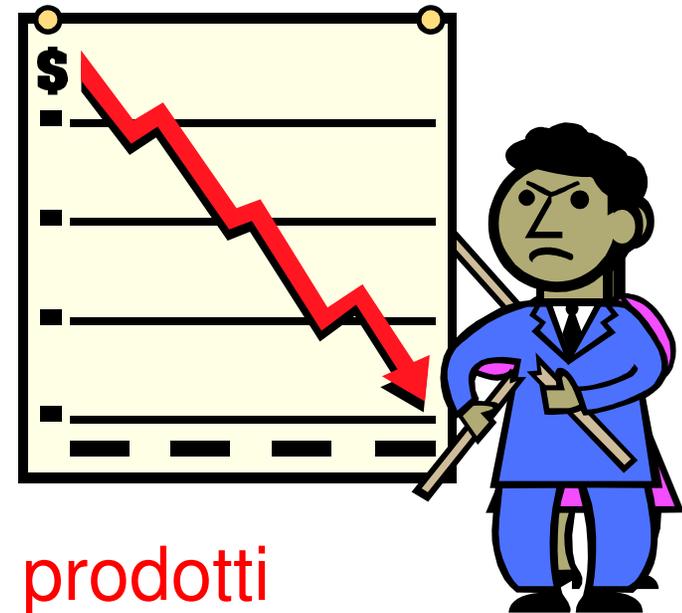
Le sfide per il Product Management

- La crescente competizione nel mercato consumer richiede un ciclo di vita del prodotto sempre più breve, ma allo stesso tempo è vitale che le reali esigenze dei clienti siano efficacemente comprese e soddisfatte fin dal primo momento
- Per i servizi finanziari è vitale focalizzarsi sulle necessità del cliente per battere la concorrenza. Rilasciare il prodotto giusto nel momento giusto
- Ridurre il time-to-market aumenta il ritorno di investimento
- I prodotti diventano sempre più complessi: cresce la necessità di collaborare sui requisiti fin dalle prime fasi dell'ideazione del prodotto



La chiave per la crescita: Nuovi Prodotti

- Nel 2010 i prodotti che attualmente rappresentano quasi il **70% del fatturato** delle maggiori società saranno obsoleti*
- Il **50%** della **crescita del fatturato** deriva da prodotti lanciati negli ultimi **3 anni****



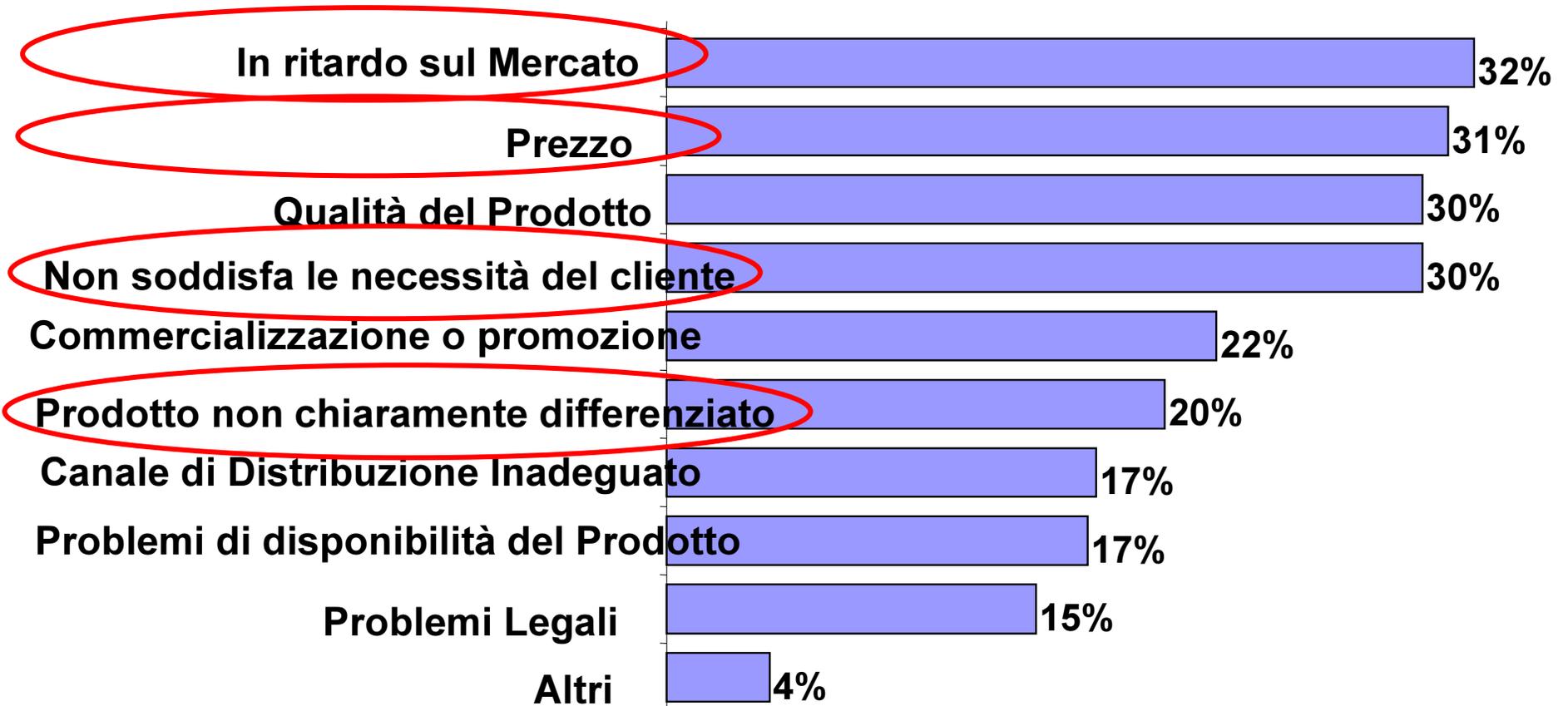
Il lancio di nuovi prodotti
tra il **50 e il 70%** dei casi

Fallisce

Fonte: * Aberdeen Group ** CIO Insight

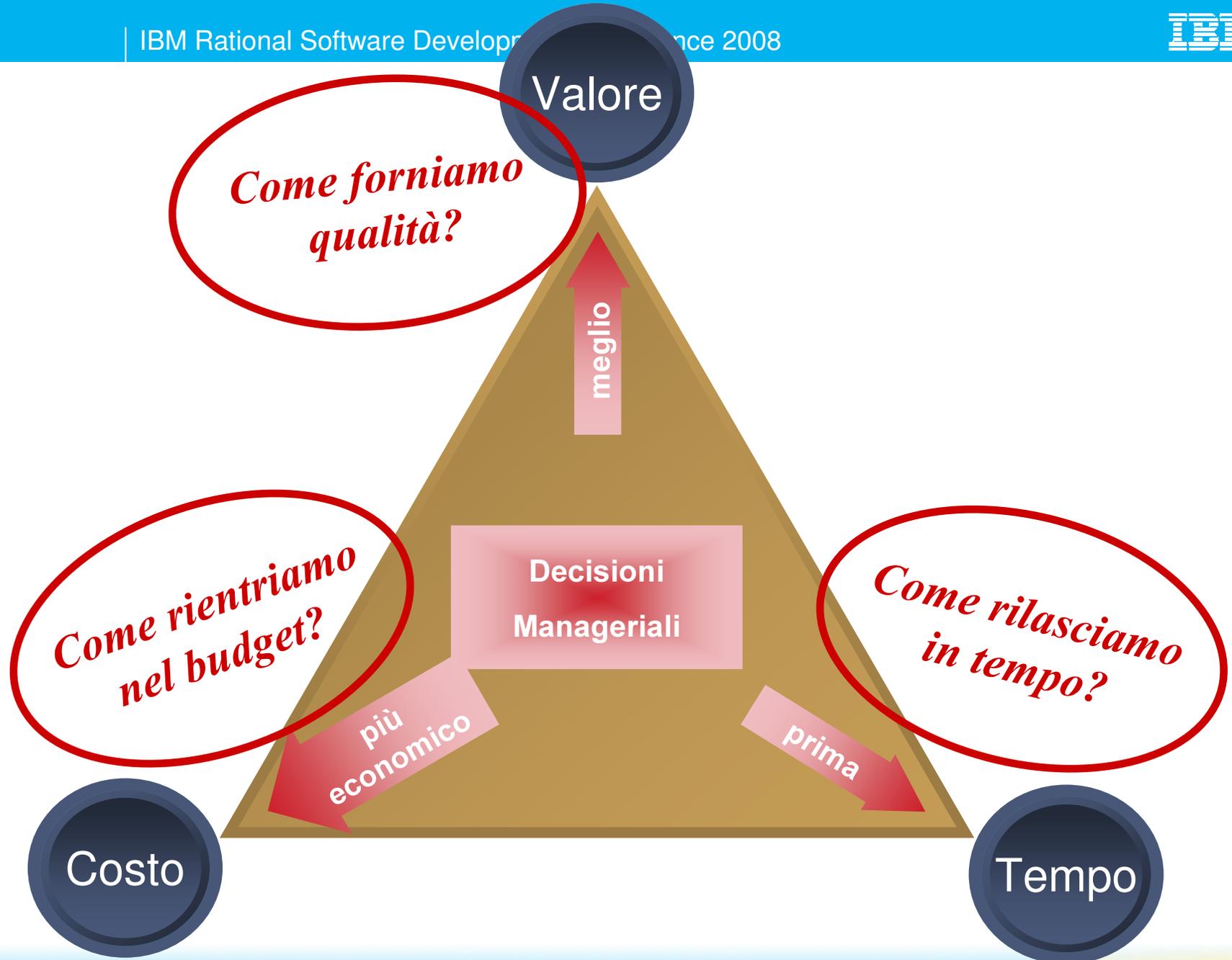


Principali Motivi per cui fallisce il lancio di un prodotto



Fonte: AMR Research, 2006





Che cos'è il Product Portfolio Management?

- Il processo continuo di selezionare, prioritizzare e gestire il set ottimale di prodotti, e le relative risorse necessarie in modo da ottenere il massimo valore di business
- In questo processo decisionale il management può focalizzare le proprie risorse nell'identificare i prodotti vincenti da spingere sul mercato
- Il portafoglio prodotti risultante fornisce al mercato i giusti prodotti, bilanciando (ad es. BCG's Cash Cows, Dogs, Stars e Problem Children)



Unire Strategia ad Esecuzione



- I nostri prodotti sono **IN LINEA** con la strategia?
 - Abbiamo il giusto **BILANCIAMENTO** rischio/ritorno?
 - I prodotti forniscono il **VALORE** atteso?
- Stiamo realizzando i **GIUSTI** prodotti?
 - Stiamo investendo nelle **GIUSTE** aree?
 - Abbiamo le **GIUSTE** risorse?
- Realizzare correttamente i prodotti
 - Fornire risultati in tempo e nei costi
 - Migliorare comunicazione e produttività



Focal Point Focus sul Product Management

Il giusto prodotto per il giusto mercato al tempo giusto

🔑 Cattura Automatica delle Idee

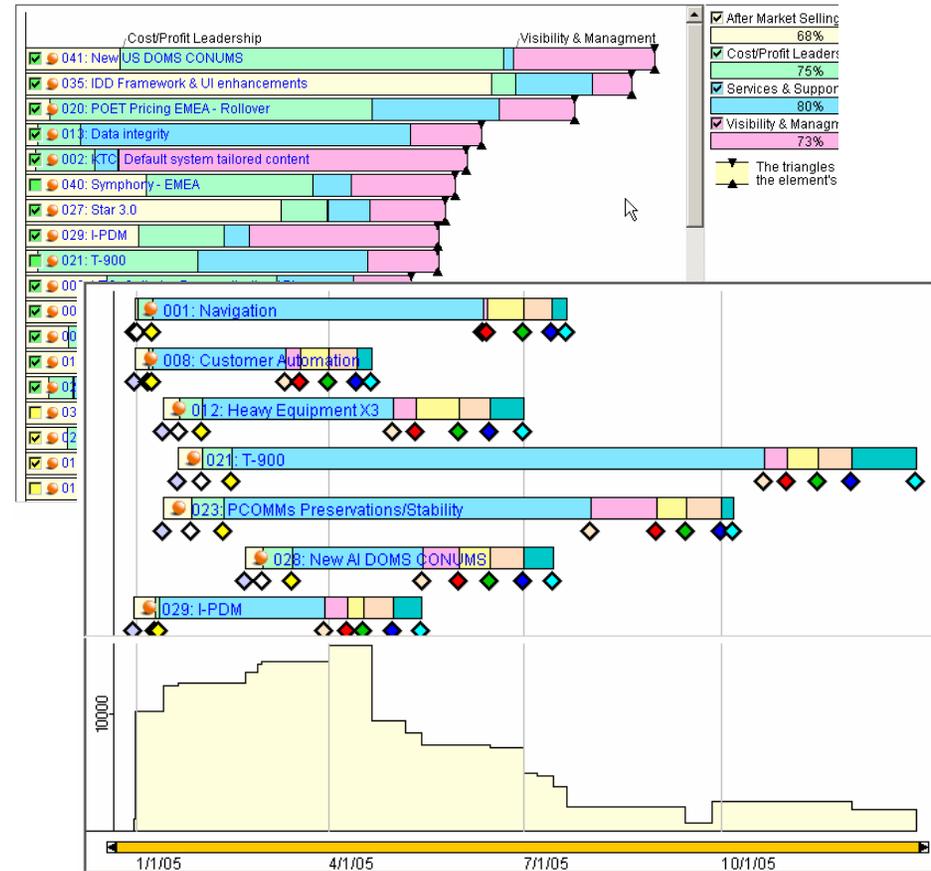
- Catturare idee e requisiti di prodotti da clienti e *stakeholders* interni

🔑 Selezione Basata sul Valore

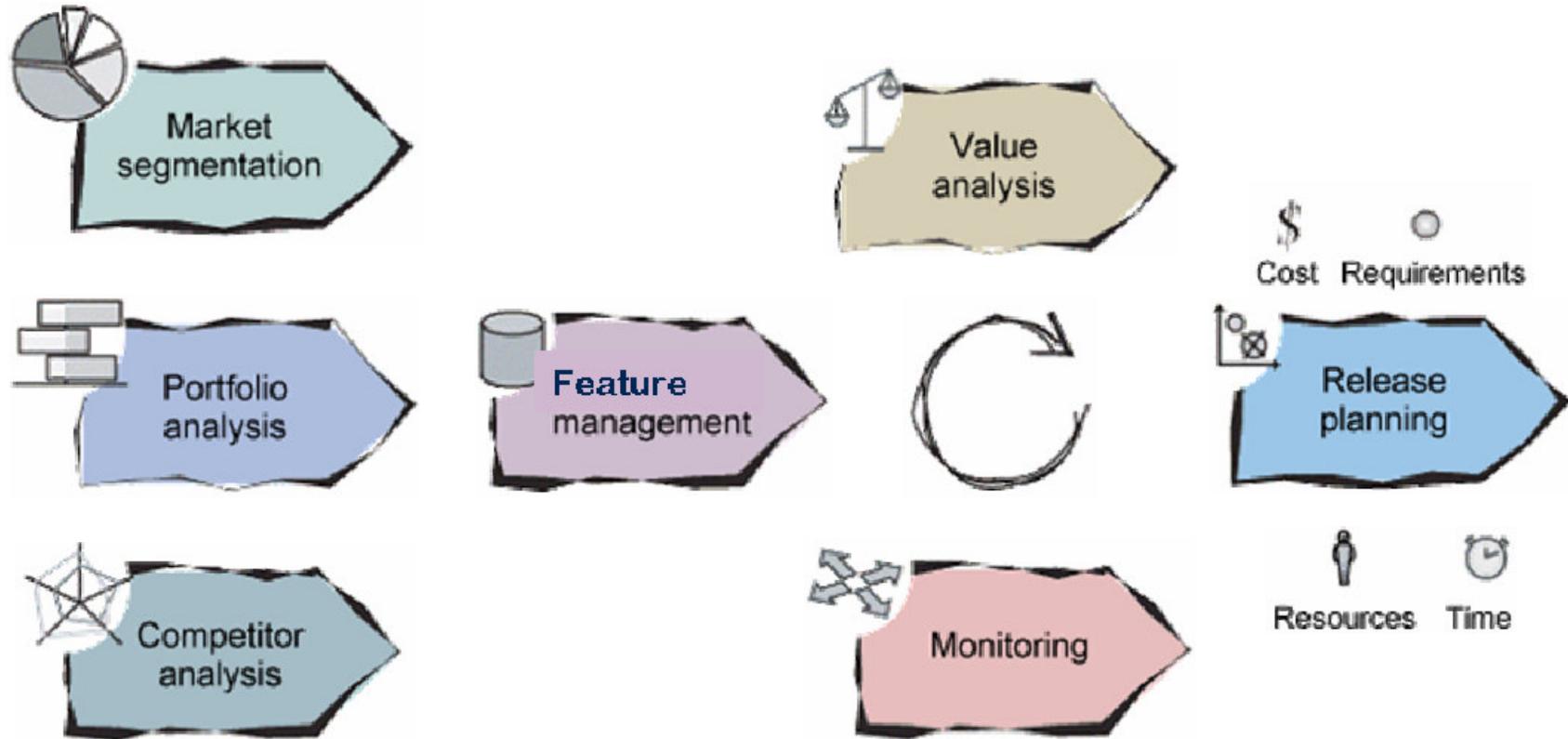
- Comprendere il valore percepito dal cliente quando si prendono decisioni sui prodotti

🔑 Supporto a Best Practices

- Fare forza sugli investimenti in best practices per le attività chiavi di product management



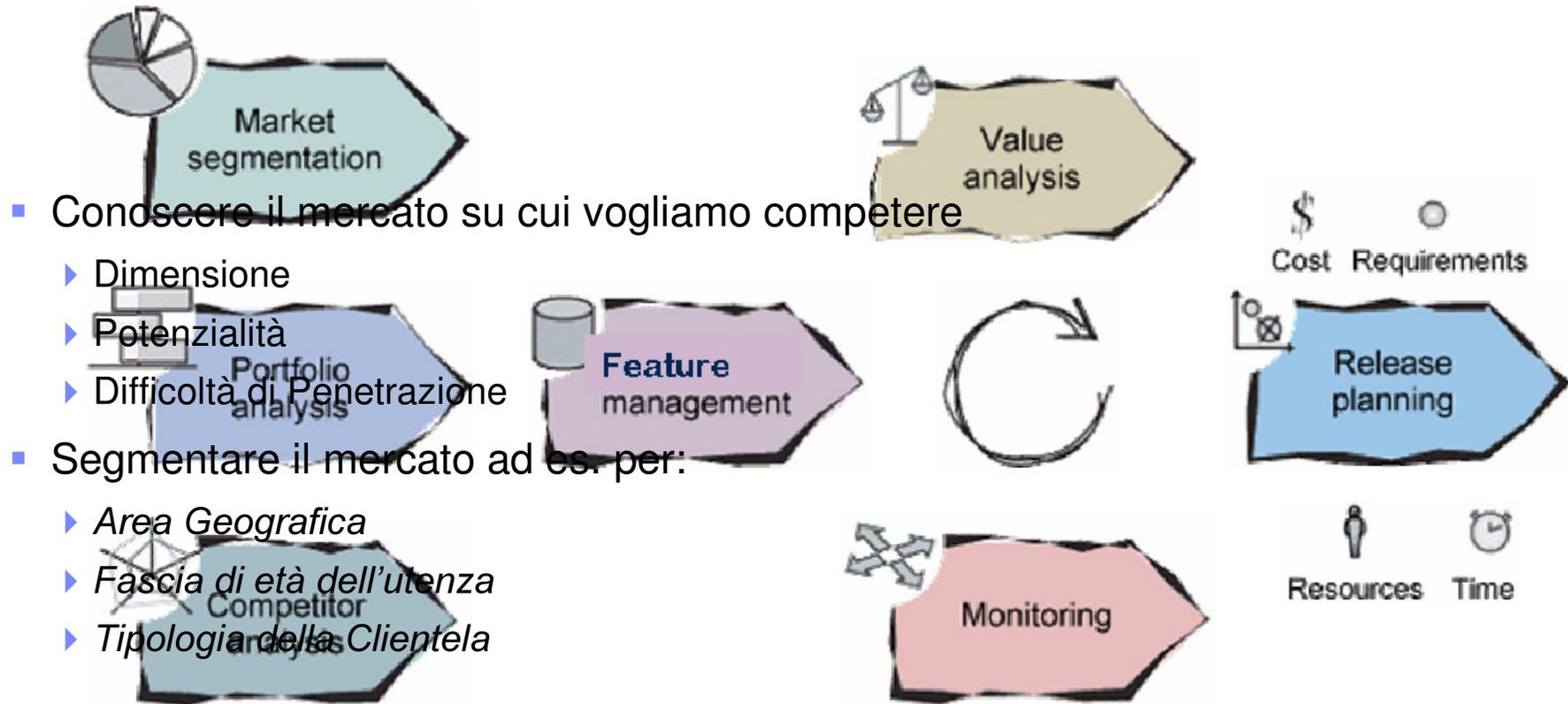
L'ambiente del Product Management



... fornire il giusto prodotto, al giusto mercato, al tempo giusto ...



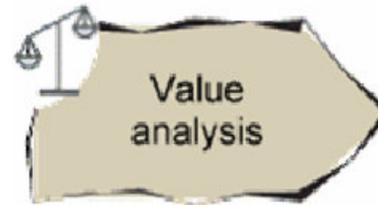
Segmentazione del Mercato



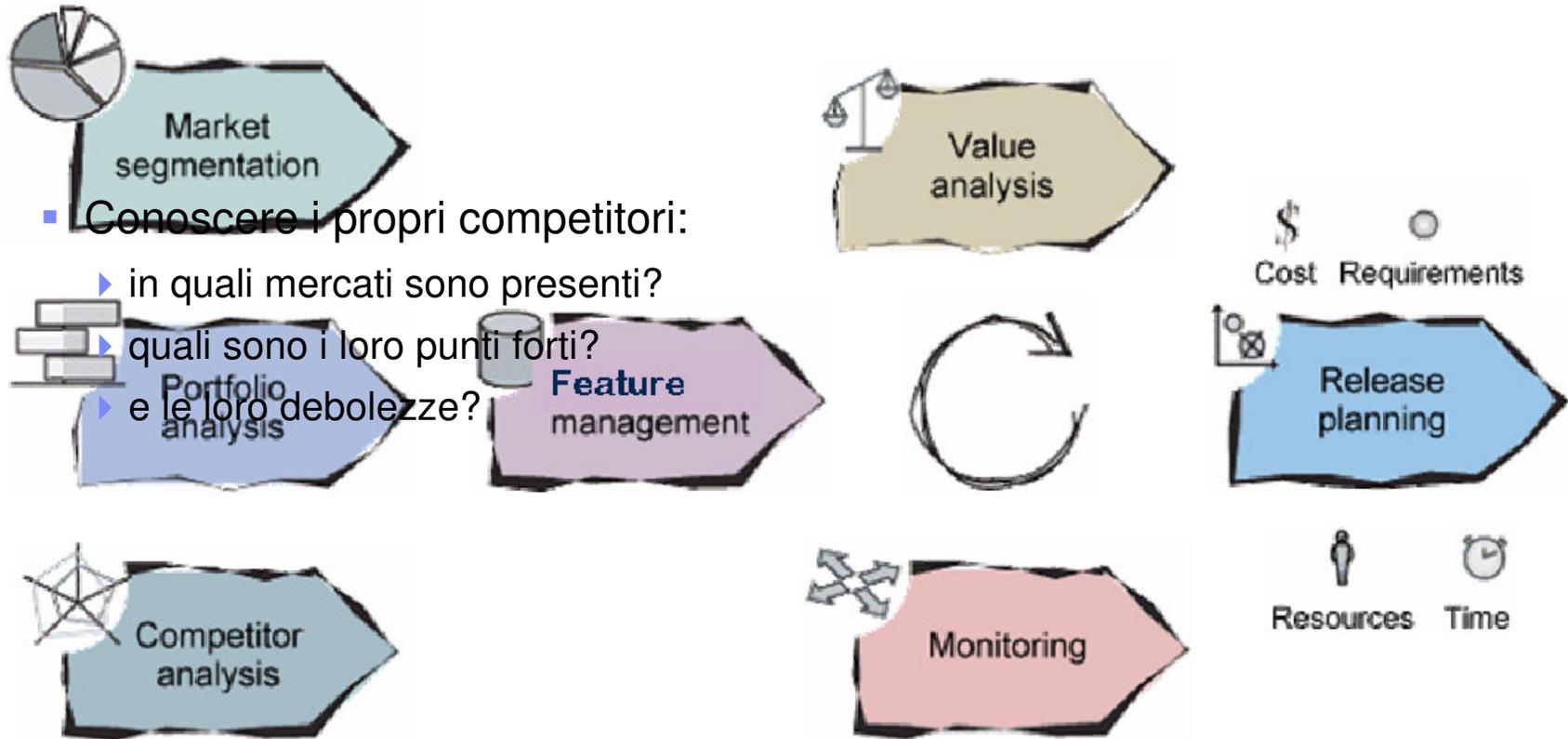
Analisi del proprio Portafoglio

- Conoscere la propria offerta:

- ▶ cosa effettivamente offriamo?
- ▶ come vengono percepiti i nostri prodotti dalla clientela?
- ▶ Il nostro portfolio è equilibrato?



Analisi della Concorrenza



▪ Conoscere i propri competitori:

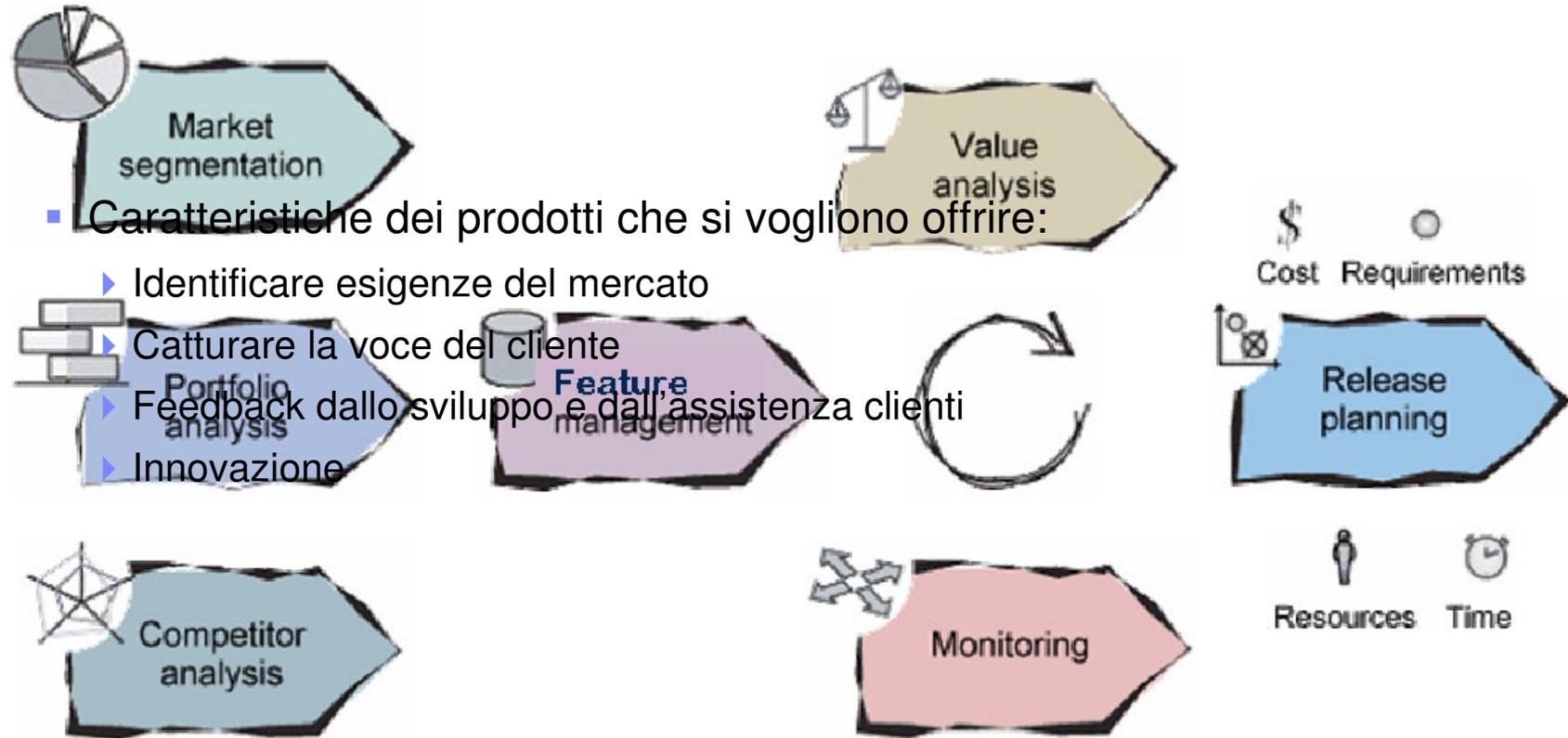
▶ in quali mercati sono presenti?

▶ quali sono i loro punti forti?

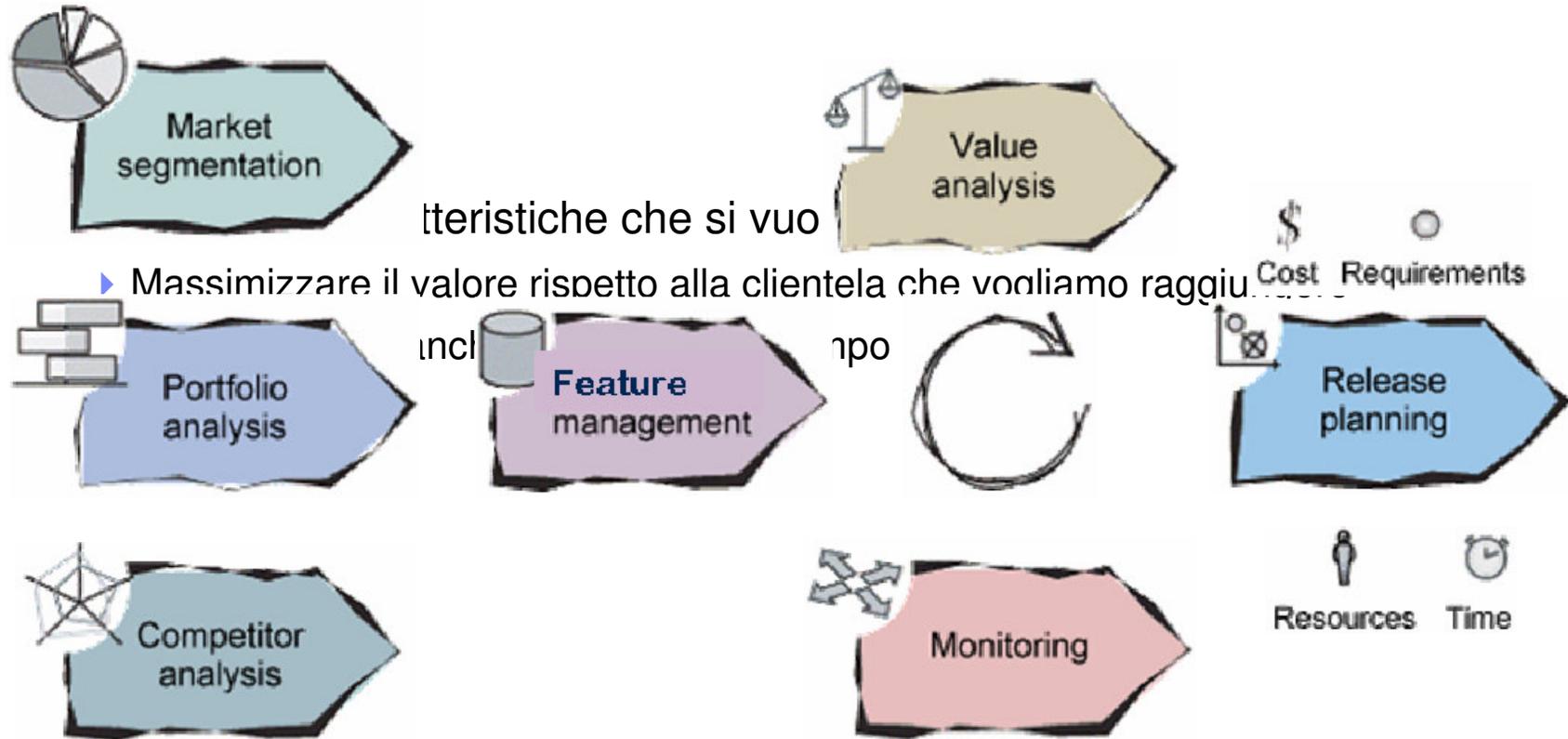
▶ e le loro debolezze?



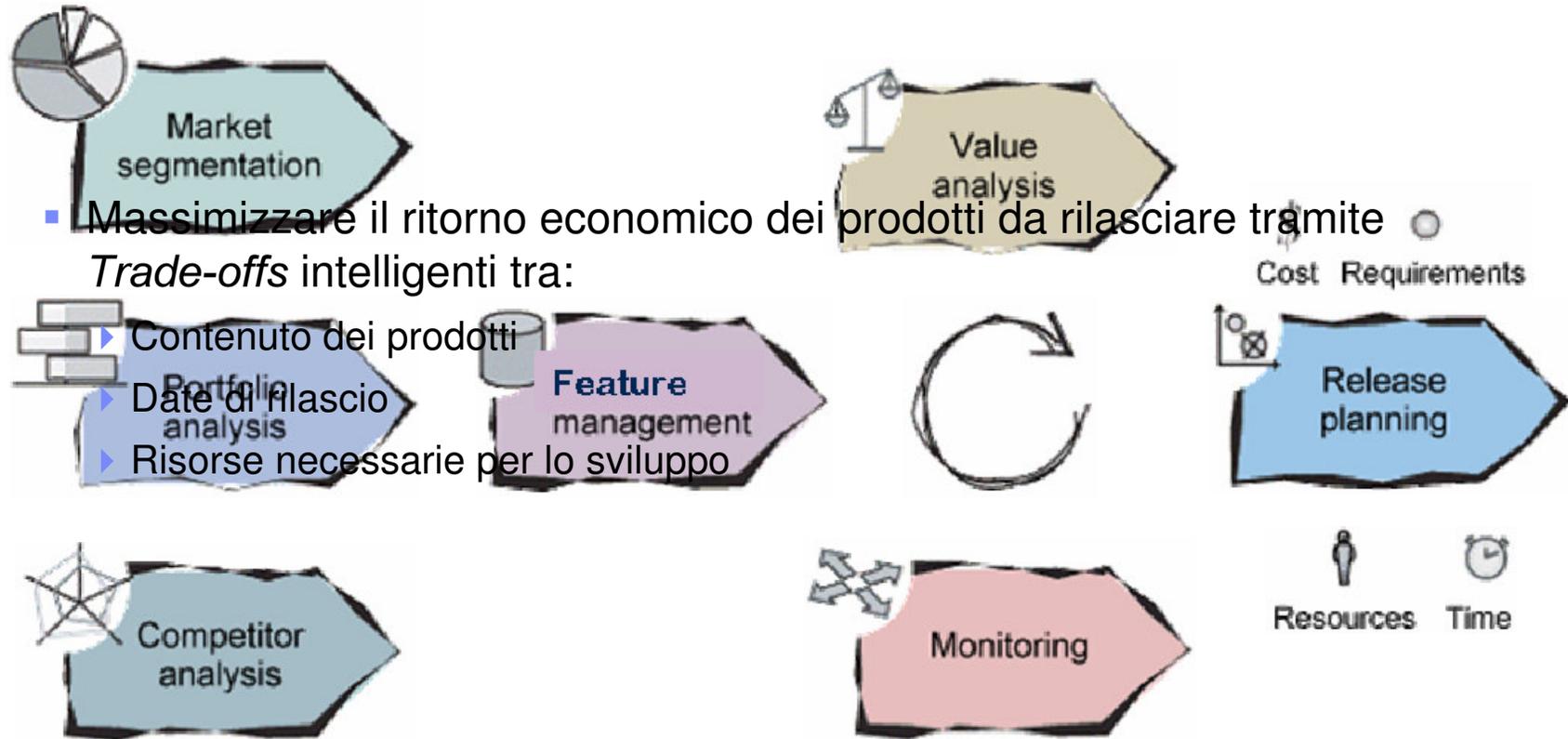
Gestione delle Caratteristiche/Funzionalità



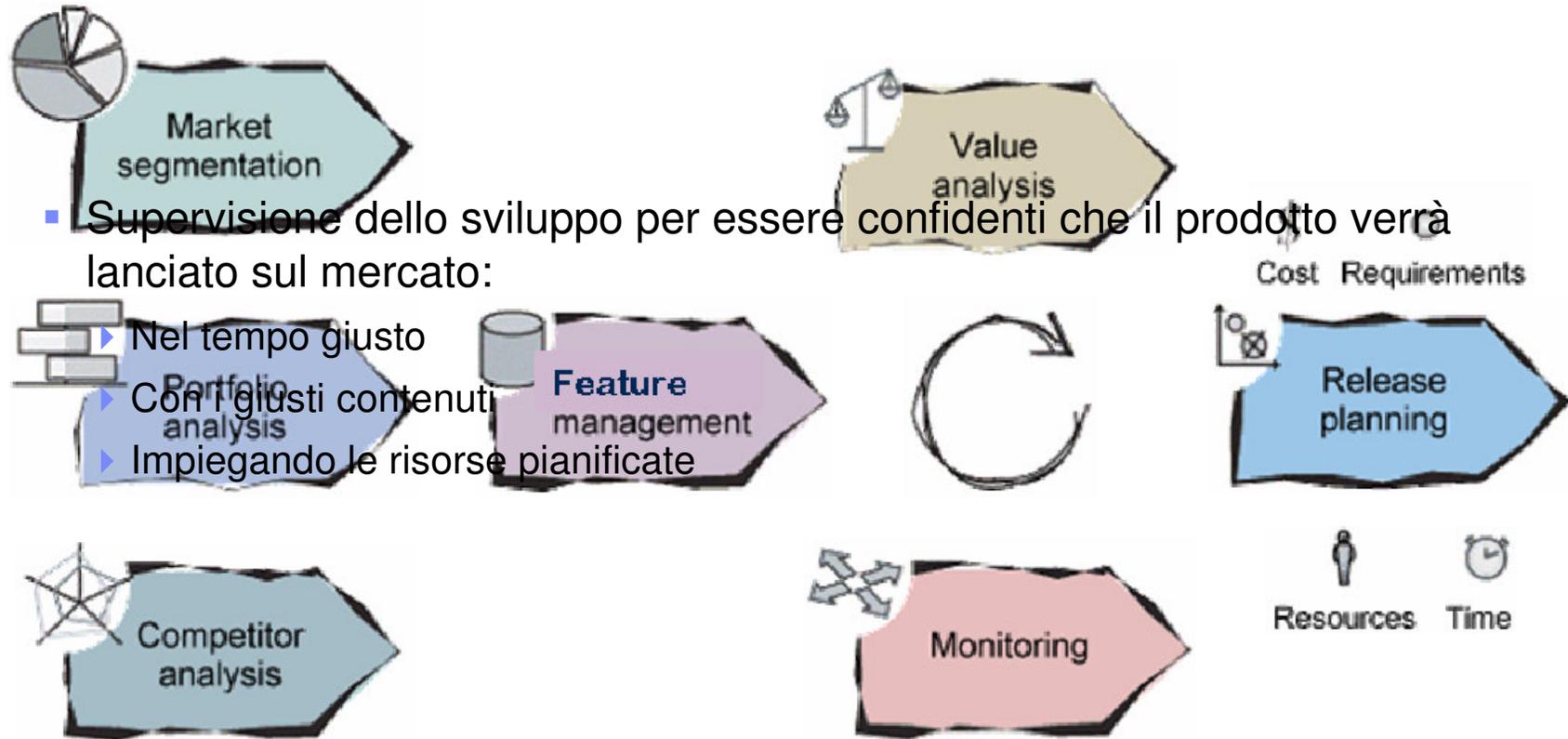
Analisi del Valore Aggiunto



Pianificazione del lancio (rilascio in caso di Sw)



Monitoraggio



Supervisione dello sviluppo per essere confidenti che il prodotto verrà lanciato sul mercato:

- ▶ Nel tempo giusto
- ▶ Con i giusti contenuti
- ▶ Impiegando le risorse pianificate

Role-Based Dashboards

Focal Point™ Workspaces | Home | Preferences | Search | Help | Logout

Process Reset sorting

Process: Market Planning, Competitive Analysis, Market Segmentation, Requirements Management, Value Analysis, Roadmapping, Performance Monitoring

Proposed Concept → Business Feasibility / Technical Feasibility → Review & Accept → Detailed Planning → Develop → Launch → Maintain → Retire

SREQs per Customer

Customers	Quantity	Share
-	32	32,3%
eVoice	20	20,2%
Ez Electronics	24	24,2%
Fingerprint	27	27,3%
General Telephone	14	14,1%
Horizon Wireless	23	23,2%
Kime Telecom	1	1,0%
Norfone	29	29,3%
Nostra Networks	10	10,1%
Plural Wireless	8	8,1%
Quality Communication Corp.	38	38,4%
SBC Comm	14	14,1%
SKH Telecommunications	12	12,1%
Spring Telecomm	15	15,2%
Stevens Wireless		
Wireless Mobile Devices		
ZorroFone		

Win/loss reports that have been updated in 30 days

Title	Customer	Status	Our Product	Com Product
ZorroFone 2007-10-04	ZorroFone	Win	Gizmo G900	...
Kime Telecom 2007-10-04	Kime Telecom	Loss	Gizmo G900	...
Stevens Wireless 2007-10-12	Stevens Wireless	Win	Gizmo G900	...

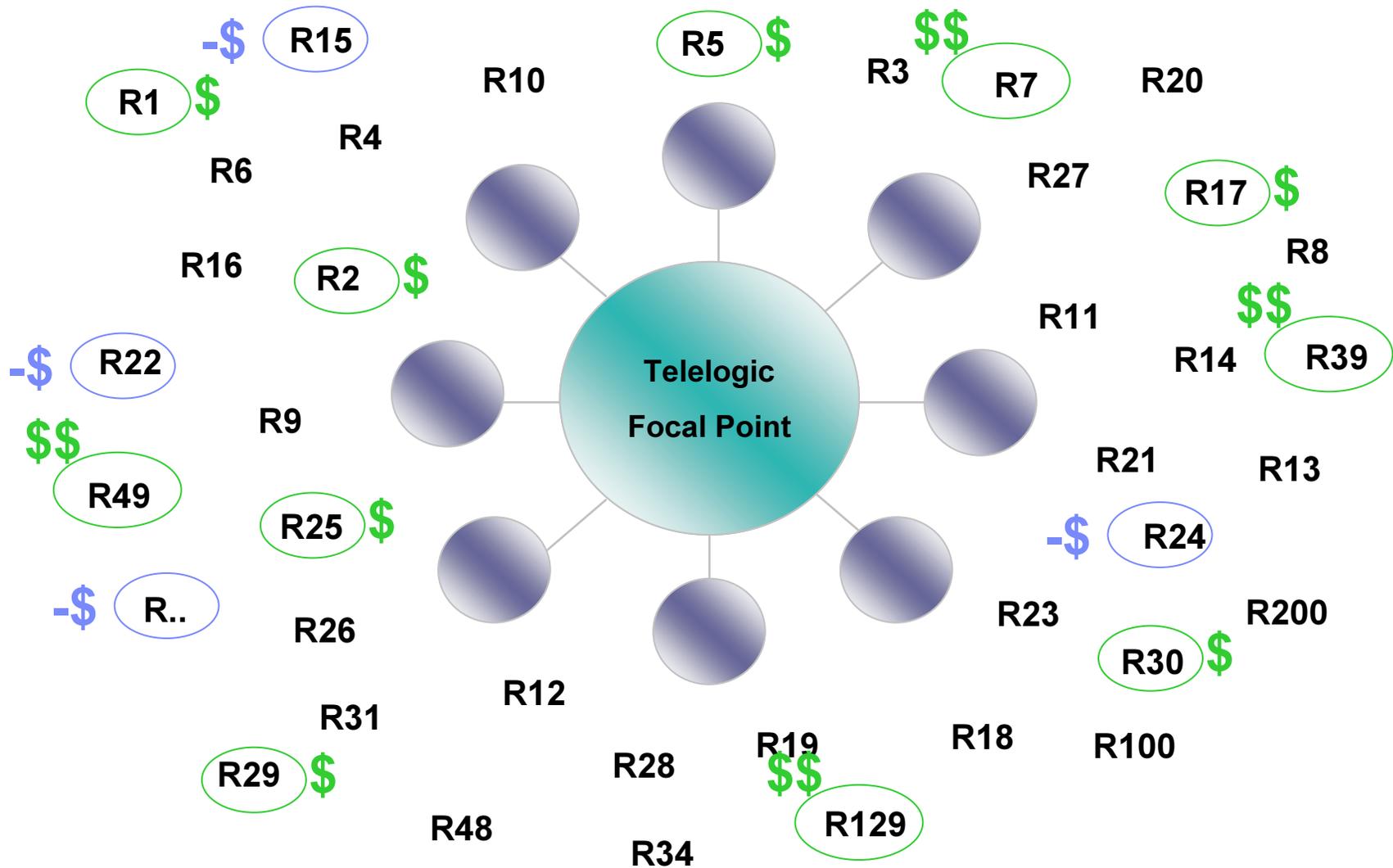
Ongoing releases

Title	Target Start Date	Release Date	Status
Gizmo G971x	2006-06-17	2007-06-16	Started
Gizmo G811	2005-12-28	2006-12-15	Completed
Gizmo G890	2007-01-20	2007-10-31	Started

Welcome to Focus on Product Management Reset sorting

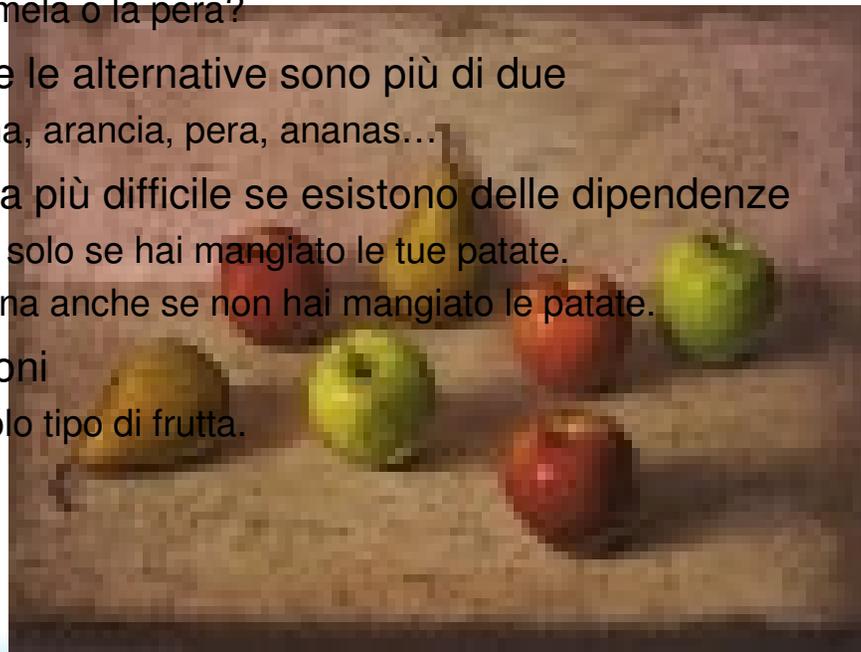
- *Dashboards* configurabili in base ai ruoli: ogni utente può vedere le informazioni pertinenti al *login*
- *Dashboards* interattive che permettono il *drill-down* per i dettagli di ogni contenuto

Selezione Basata sul Valore



Per noi esseri umani è difficile decidere quando dobbiamo scegliere tra più opzioni

- Noi esseri umani siamo bravi a comparare due alternative su un singolo criterio
 - ▶ Qual è più economica? Una mela o una pera?
 - ▶ Qual è più nutriente?
 - ▶ Qual è più semplice da sbucciare?
 - ▶ Quale si accompagna meglio al gelato?
- Ma se dobbiamo considerare diversi criteri contemporaneamente siamo in difficoltà
 - ▶ Qual è "migliore"? La mela o la pera?
- Le cose peggiorano se le alternative sono più di due
 - ▶ Ordinare: mela, banana, arancia, pera, ananas...
- La scelta risulta ancora più difficile se esistono delle dipendenze
 - ▶ Puoi prendere la mela solo se hai mangiato le tue patate.
 - ▶ Puoi prendere la banana anche se non hai mangiato le patate.
- O se ci sono più opinioni
 - ▶ Serviremo a tutti un solo tipo di frutta.



Pairwise comparison

focal point Find _____ in Customers Go

Prioritize: Features --- No filter ---

Which feature is more valuable on the US market?

Internet access	Listen to music															
Title: Internet access	Title: Listen to music															
Description: The phone should be able to hook up to the internet for HTML browsing, e-mail etc.	Description: The customer should be able to listen to music whenever the cell phones is switched on.															
Customers: -	Customers: Acme, Inc.															
Gaps: Internet connectivity	Gaps: Features															
Link to other features: Feat11:Long talk time, Feat44:HTML browsing, Feat7:e-mail	Link to other features: Feat11:Long talk time															
Link to file: 5.2	Link to file: 5.2															
Planned for release: 5.2	Planned for release: -															
Impl in release: -	Impl in release: -															
Status: Accepted for impl	Status: Accepted for impl															
Market segments: Australia, China, Europe	Market segments: China															
Competitors: Nokia 6310	Competitors: Samsung															
Proposed to: Magnus H	Proposed to: Magnus H															
Comments: -	Comments: -															
Cost:	Cost:															
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2003</th> <th>2004</th> <th>2005</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Development</td> <td>34</td> <td>56</td> <td>89</td> <td>179</td> </tr> <tr> <td>Production</td> <td>34</td> <td>56</td> <td>89</td> <td>179</td> </tr> </tbody> </table>		2003	2004	2005	Total	Development	34	56	89	179	Production	34	56	89	179
	2003	2004	2005	Total												
Development	34	56	89	179												
Production	34	56	89	179												

Un unico criterio per volta

Algoritmo avanzato per minimizzare il # di comparazioni

Si comparano due alternative alla volta

Comparazione Relativa

< Previous OK Next >

Completed: 97. Required: 98. Recommended: 98. Number of elements: 36. Comparison: 94.

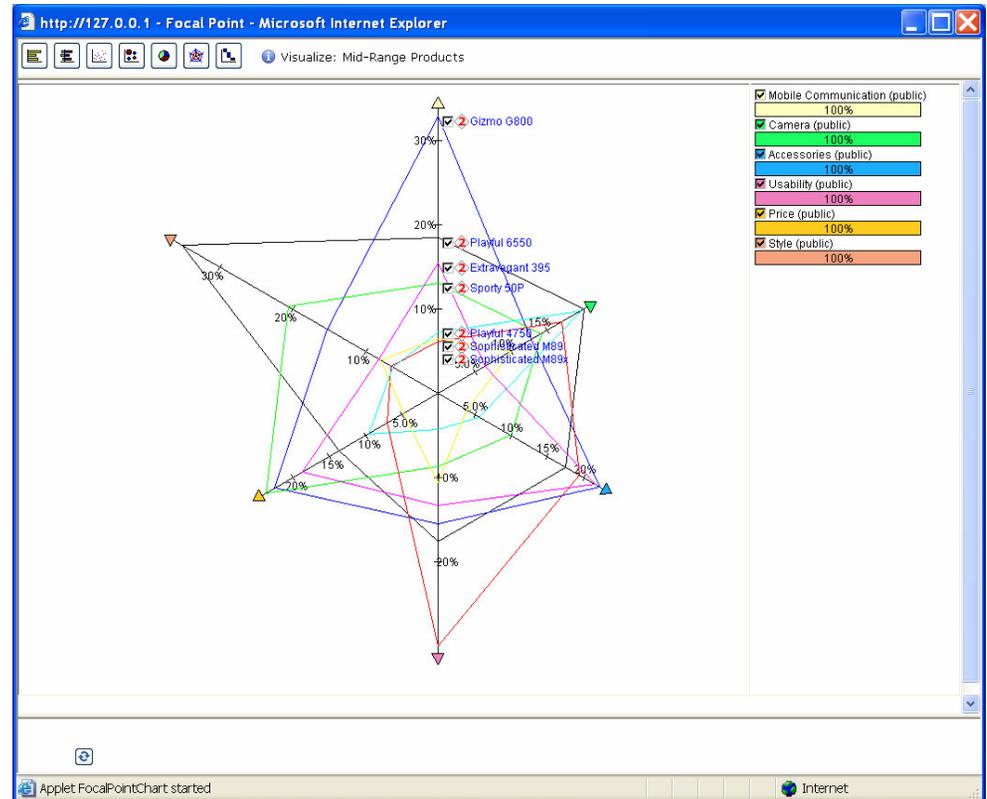
Criterion: Value US market (public)

Delete This Comparison Delete All Comparisons

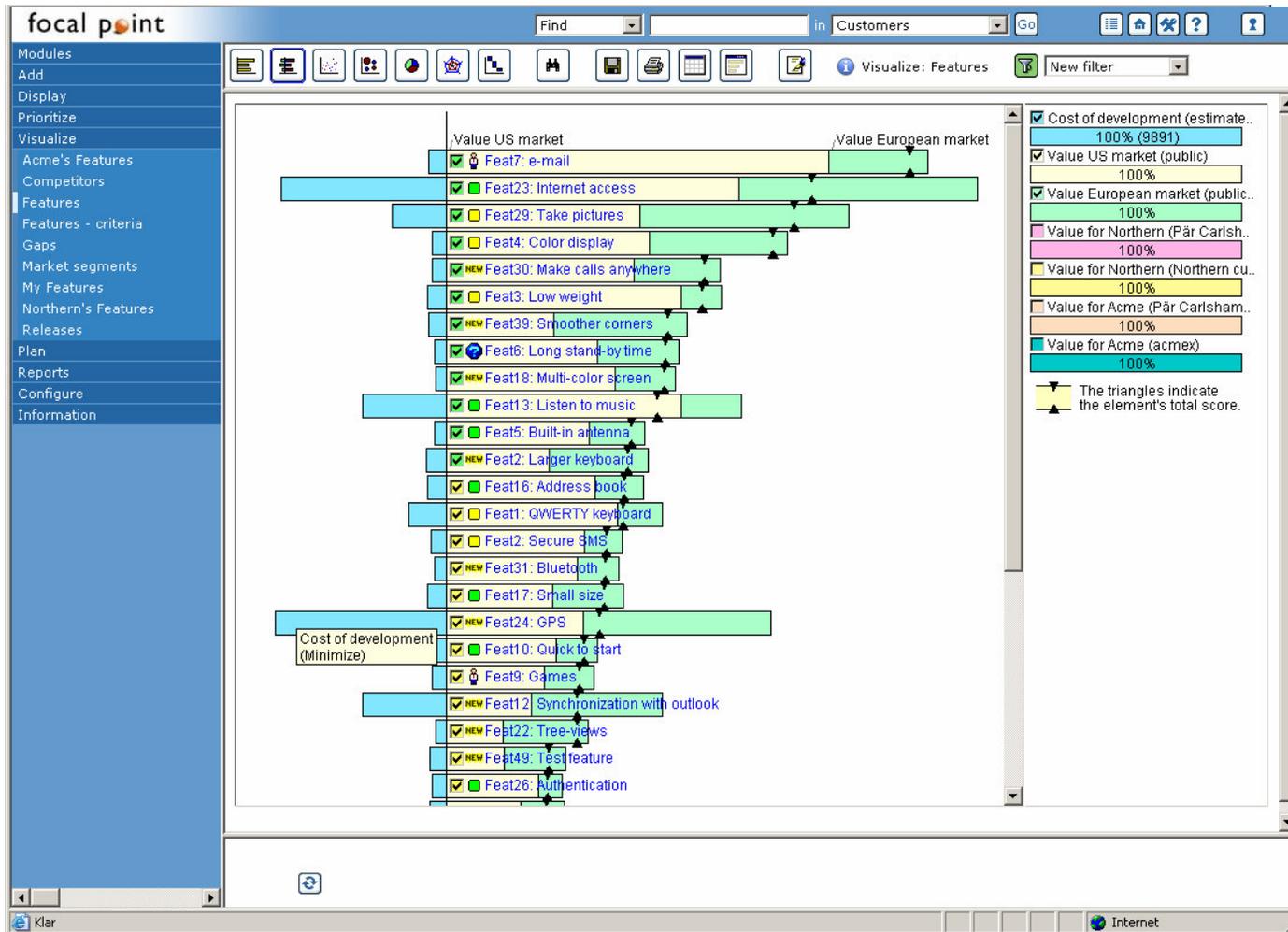
Internet

Prioritize & Visualize – Analisi della Concorrenza

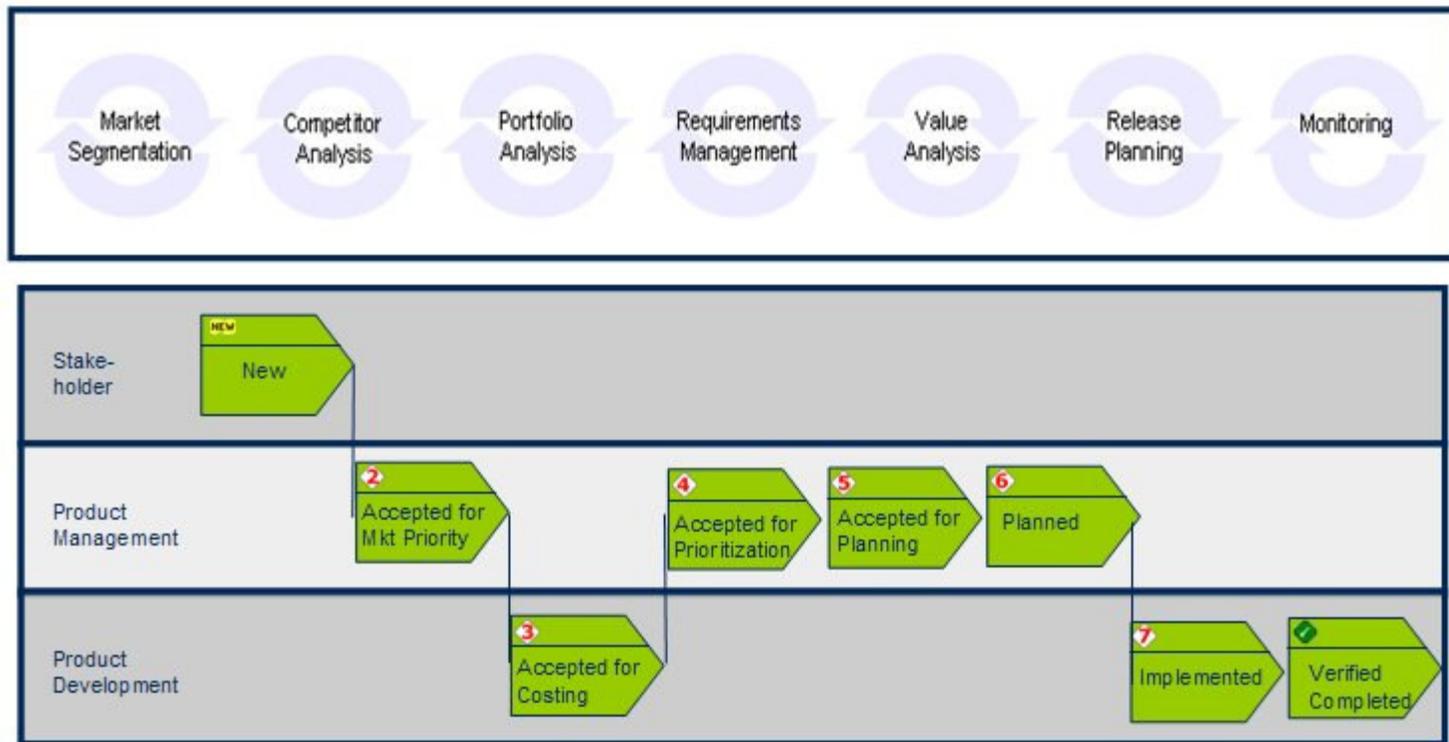
- Analizzare i prodotti della concorrenza secondo vari criteri
- Visualizzare in un grafico a radar
- Identificare i loro punti di forza e le loro debolezze



Prioritize & Visualize – Decisioni sul mio Prodotto



Flusso – Evoluzione di Requisiti/Caratteristiche/Prodotti ...



- Attributo di stato (con icone di stato)
- Check-Point per evolvere lo stato
- Viste che filtrano i requisiti sulla base dello stato attuale



Customer Success with FOCAL POINT



Sony Ericsson

“A week shorter lead-time can be worth millions to us in the form of increased sales figures. With support from FOCAL POINT we make better decisions, faster, during the entire development process.”

Stefan Munther, Sony Ericsson

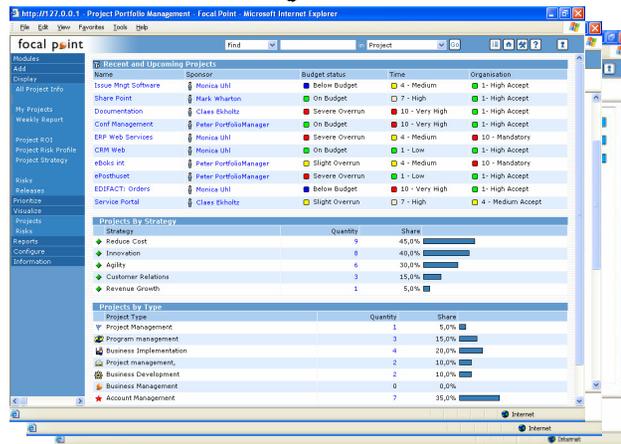
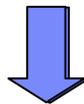
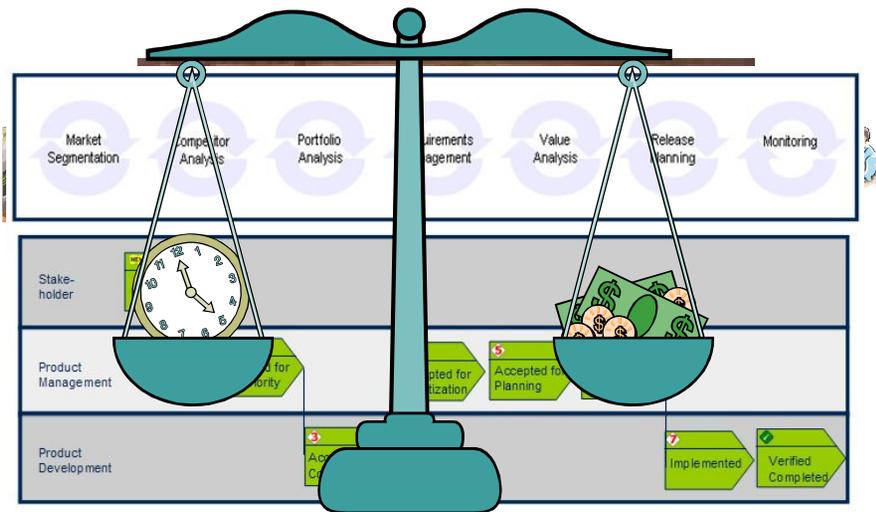
ENEA

- **“...we now have an overview of our customers' priorities that's communicated and understood throughout the organization. As a result, we're able to develop our products with the right content - on time and at a lower cost than before. And this dramatic change has happened in less than a year.”**

Adrian Leufvén, VP Marketing, Enea Embedded Technology



Conclusioni



- Informazioni Centralizzate
 - ▶ Per gestire le informazioni in un unico formato
- Supporto alla decisione
 - ▶ Per Massimizzare il valore
- Gestione del flusso dei Requisiti
 - ▶ Per mantenere il processo sotto controllo

Un approccio bilanciato massimizza il valore del proprio portafoglio prodotti

IBM Technical Exploration Center



TEC e' un centro destinato alla conoscenza delle tecnologie SW, un centro di supporto per fornire a clienti e BP l'opportunità di sperimentare le soluzioni IBM Software, le tecnologie e i prodotti che non possono essere dimostrati con un semplice Thinkpad

Il TEC italiano fa parte di una rete mondiale di centri analoghi che consente di condividere ambienti di POT, esperienze e competenze tecniche.

Milano	Argomento
16-ott	Rational TeamConcert
22-ott	Rational Quality Manager
03-nov	Business Driven Development for SOA
11-nov	Automatizzare il processo di Build delle applicazioni: Rational Buildforge
18-nov	Le mie applicazioni Web sono sicure? Testale e scopriilo con Watchfire
02-dic	Rational for Systems development

Roma	Argomento
14-ott	Rational TeamConcert
23-ott	Rational Quality Manager
06-nov	Business Driven Development for SOA
13-nov	Automatizzare il processo di Build delle applicazioni: Rational Buildforge
20-nov	Le mie applicazioni Web sono sicure? Testale e scopriilo con Watchfire
04-dic	Rational for Systems development

Iscrizioni a TEC_MILANO@it.ibm.com, con: Nome, Cognome, Azienda e nome e data del workshop





IBM Rational Software Development Conference

Roma 7 ottobre Milano 9 ottobre 2008

WHERE TEAMS ARE **R-HEROES**



Luca Sentimenti

Field Application Engineer – luca.sentimenti@it.ibm.com

- [IBM Jazz overview](#)
- [IBM Jazz product roadmap](#)
- [Jazz.net community site](#)
- [Rational Team Concert](#)
- [IBM Rational software](#)
- [IBM Rational Software Delivery Platform](#)
- [Process and portfolio management](#)
- [Change and release management](#)
- [Quality management](#)
- [Architecture management](#)
- [Rational trial downloads](#)
- [developerWorks Rational](#)
- [IBM Rational TV](#)
- [IBM Rational Business Partners](#)