

## Een roadmap in 5 stappen

Een roadmap is een plan voor het ontwikkelen en marketen van nieuwe producten. Het is geen tijdsbalk, maar een visie, gedeeld door de marketing manager, de ontwikkel manager en de algemeen manager. Hoe maak je een roadmap?

**Ten eerste** reserveer je tijd van de genoemde managers. Je doet dat door ze te vertellen dat je een manier gevonden hebt om de toekomst te voorspellen maar dat je daarvoor hun hulp nodig hebt.

**Ten tweede** zeg je ze hun doelen op te schrijven voor de komende 2 jaar.

De marketing manager maakt een verlanglijstje met daarop:

- op welke consumentenbehoeften wil hij de komende 2 jaar gaan inspelen
- welke nieuwe markten wil hij de komende 2 jaar op
- welke producten moeten de komende 2 jaar vernieuwd worden
- van welke producten moet de prijs flink omlaag
- met welke producten gaan de concurrenten in de komende 2 jaar komen

De ontwikkel manager maakt dit verlanglijstje:

- welke belangrijke consumentenbehoeften ziet hij de komende 2 jaar
- welke nieuwe technologieën wil hij de komende 2 jaar gaan toepassen
- welke productfuncties wil hij de komende 2 jaar ontwikkelen
- welke modules wil hij de komende 2 jaar goedkoper maken
- met welke technologieën zijn de concurrenten nu bezig

De algemeen manager maakt dit verlanglijstje:

- welke ambitie heeft de business waarvoor hij verantwoordelijk is in de komende 2 jaar
- wat moeten de posities op de markt de komende 2 jaar gaan zijn
- wat gaat de concurrent in de komende 2 jaar doen om markt te veroveren
- welke ontwikkeling en marketing budgetten zijn beschikbaar in de komende 2 jaar

**Ten derde** zet je de managers 2 of 3 keer bij elkaar waarbij je ze

- hun lijstjes laat uitwisselen,
- elkaars lijstjes laat begrijpen,
- het eens laat worden over de prioriteiten van alle doelen,
- een overzicht laat maken van welke producten er over een jaar in welke markten moeten staan
- een overzicht laat maken van welke producten er over twee jaar in welke markten moeten staan
- gezamenlijk laat terugplannen welke projecten nodig zijn voor ontwikkeling en lancering daarvan
- gezamenlijk bezetting, capaciteit en budget op elkaar laat afstemmen en opnieuw prioriteiten vaststellen

**Ten vierde** zet je ontwikkelingen en lanceringen in een tijdsbalk, geef je deze roadmap aan de managers, laat je ze hem ondertekenen en laat je ze hem gebruiken als leidraad in hun werk.

**Ten vijfde** maak je met de 3 managers een afspraak voor een update over zes maanden. Daarbij vertel je ze dat je een manier hebt gevonden om de toekomst nog beter te voorspellen, maar dat je daarvoor hun hulp nodig hebt... Succes!

**Voor gevorderde spelers:**

- Spreek een verhouding in budget af tussen verbeteringen en echt nieuwe ontwikkelingen.
- Houd bij de roadmap rekening met mislopen van projecten, plan reserve ontwikkelingen in.
- Verleng de horizon van 2 naar meer jaar en plan strategische ontwikkelingen in.

Dit is de tweede nieuwsbrief van innovationtools. Innovationtools helpt in de eerste fasen van productontwikkeling om deze succesvol te maken. Deze nieuwsbrief met hints en tips wordt ongeveer maandelijks verstuurd aan geïnteresseerden. Vorige afleveringen staan op [www.innovationtools.nl](http://www.innovationtools.nl). Als je iemand kent die hem ook graag zou willen lezen, stuur hem dan door! Dank daarvoor! Aan- en afmelden kan via [maurits@innovationtools.nl](mailto:maurits@innovationtools.nl)

Hartelijke groet,  
Maurits Willemen

**innovationtools**  
Zonnenburg 1, 3512 NL Utrecht  
[www.innovationtools.nl](http://www.innovationtools.nl)  
(+31) 6 2222 89 44