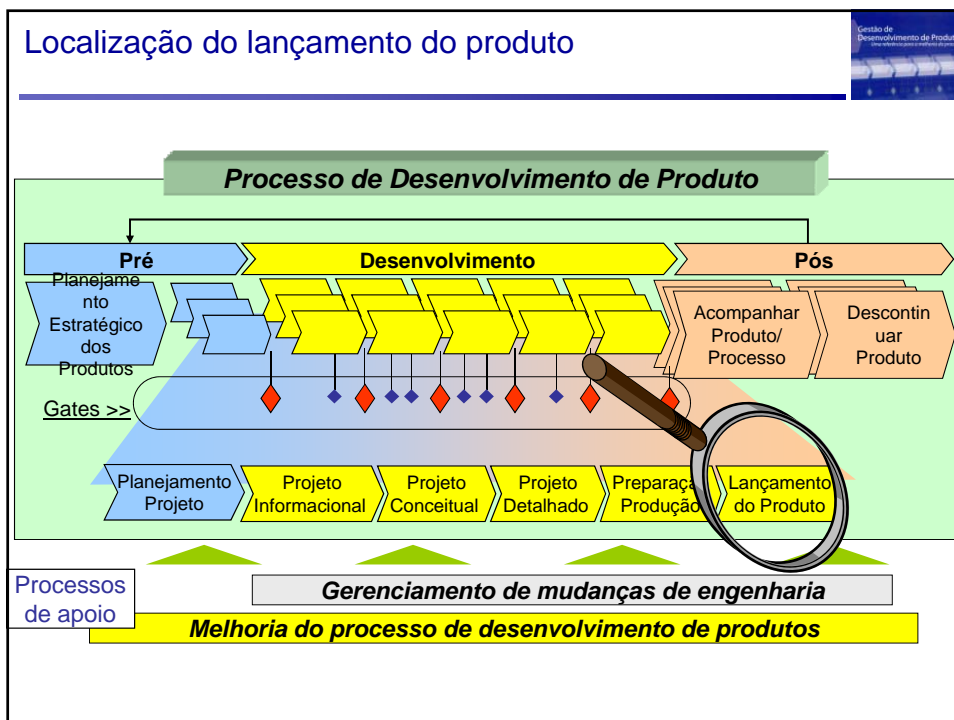


Universidade Federal de Sergipe
 Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas
 Núcleo de Engenharia de Produção
 Disciplina Engenharia de Produto

Prof. Andréa Cristina dos Santos, Dr. Eng.
 andreaufs@gmail.com
<http://engenhariadeproduto.ning.com>

Aula 28
 25 de Novembro de 2009

Localização do lançamento do produto



Objetivos do capítulo



- Mostrar que a **definição dos processos de negócio de:** venda, distribuição, atendimento ao cliente, e assistência técnica, está integrada ao PDP
- Definir quando um produto é lançado e as atividades que dão apoio ao lançamento.
- Posicionar as campanhas de marketing no contexto de desenvolvimento de produtos.
- Relacionar o processo de logística com o de desenvolvimento de produtos.
- Determinar o momento e o conteúdo de um plano de fim de vida, a ser utilizado na fase de descontinuar o produto do mercado.
- Relacionar o processo de marketing com o de desenvolvimento de produtos.
- Entender as atividades de acompanhamento inicial do produto no mercado

Sumário do capítulo – atividades da fase



- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Sumário do capítulo – conceitos e ferramentas (quadros)

Gestão de Desenvolvimento de Produtos

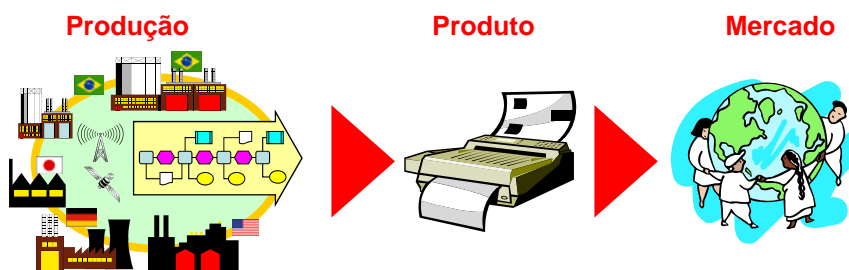
- Logística e distribuição na gestão da cadeia de suprimentos – quadro 10.1
- Sistemas GED (gestão eletrônica de documentos) – quadro 10.2
- Riscos se os processos de apoio não estiverem operacionais no lançamento – quadro 10.3
- Tarefas de marketing no desenvolvimento de produtos? – quadro 10.4

Diferenciação entre preparação da produção e lançamento do produto

Gestão de Desenvolvimento de Produtos

Preparação da Produção

Lançamento do Produto

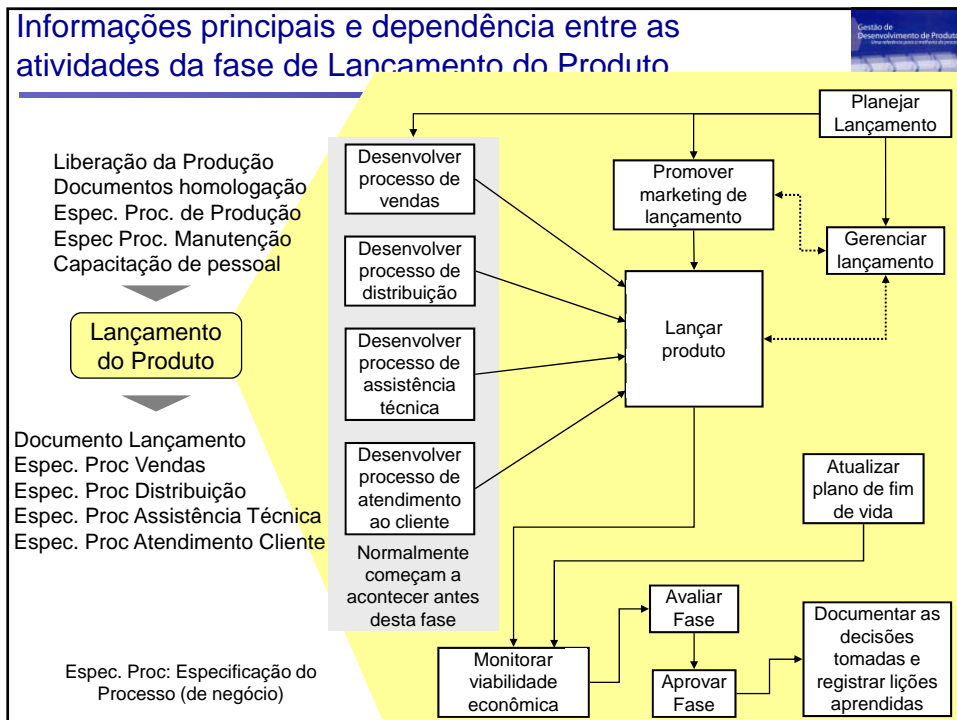
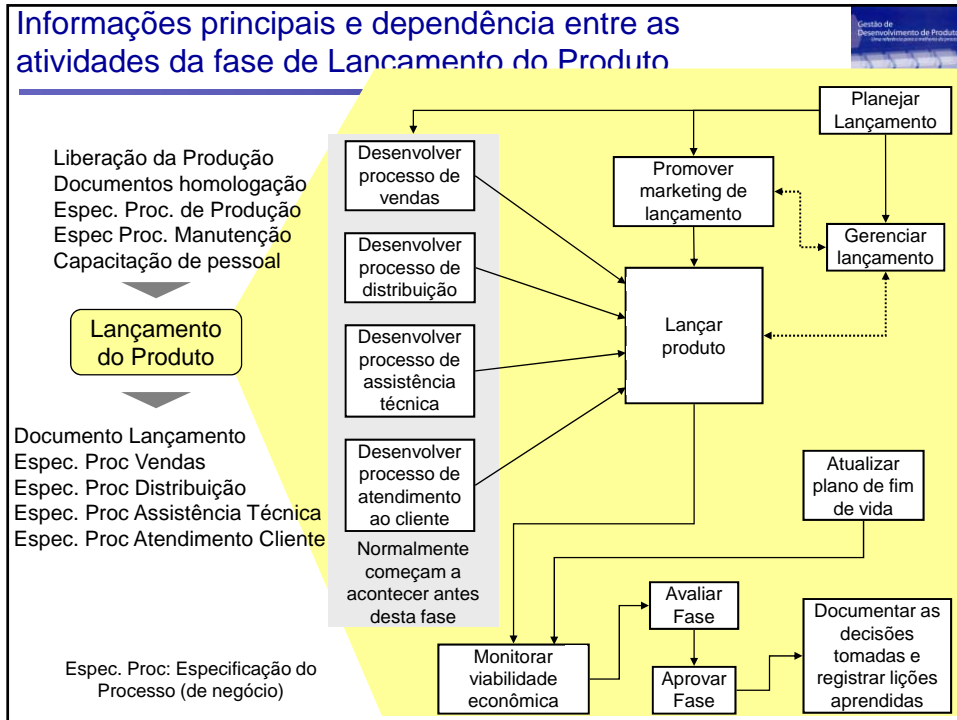


ESCOPO

- Processo de Produção
- Logística com fornecedores
- Processo de Manutenção

- Vendas e Distribuição
- Suporte ao cliente
- Campanhas de marketing

(Cadeia de Suprimentos)



Sumário do capítulo – atividades da fase



- **Planejar Lançamento**
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Planejar Lançamento (atividade genérica)



- analisar o plano de projeto atual;
- analisar e sintetizar as novas condições para a realização do projeto;
- atualizar o escopo do produto;
- atualizar e detalhar o escopo do projeto;
- atualizar e detalhar as atividades, os responsáveis, os prazos e o cronograma;
- atualizar e detalhar recursos necessários;
- atualizar estimativa de orçamento do projeto;
- atualizar, monitorar, valorar e definir novos indicadores de desempenho;
- analisar a viabilidade econômico-financeira do projeto;
- avaliar novos riscos;
- atualizar plano de comunicação;
- planejar, atualizar e preparar novas aquisições; e
- definir/atualizar os critérios de passagem dos *gates*.

Sumário do capítulo – atividades da fase



- Planejar Lançamento
- **Desenvolver processo de vendas**
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Desenvolver processos relacionados com o produto



Desenvolver processo de vendas

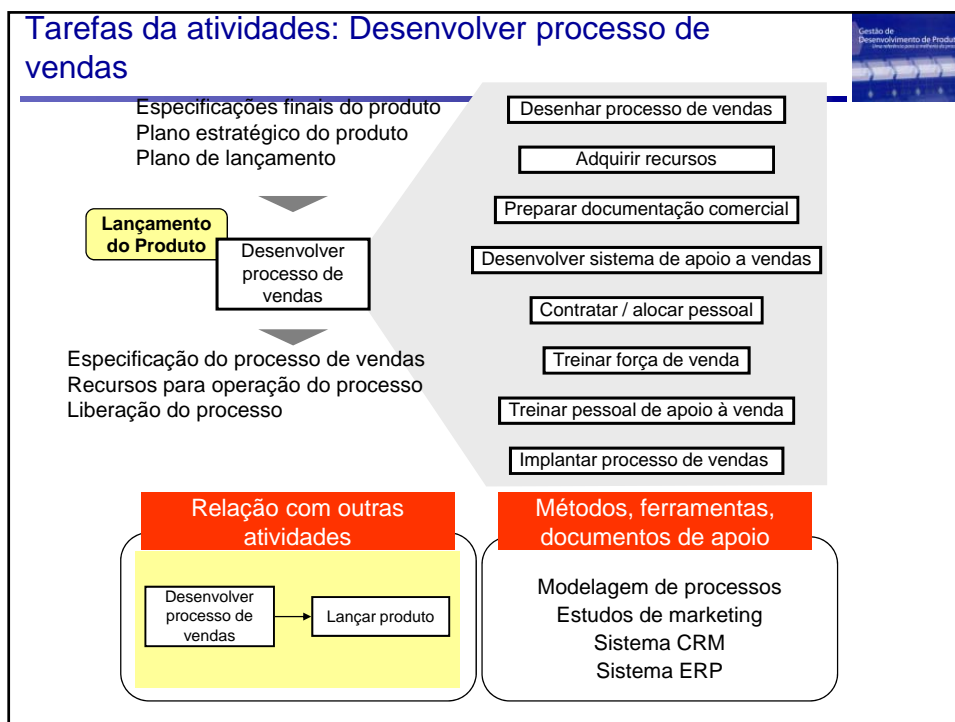
Desenvolver processo de distribuição

Desenvolver processo de assistência técnica

Desenvolver processo de atendimento ao cliente

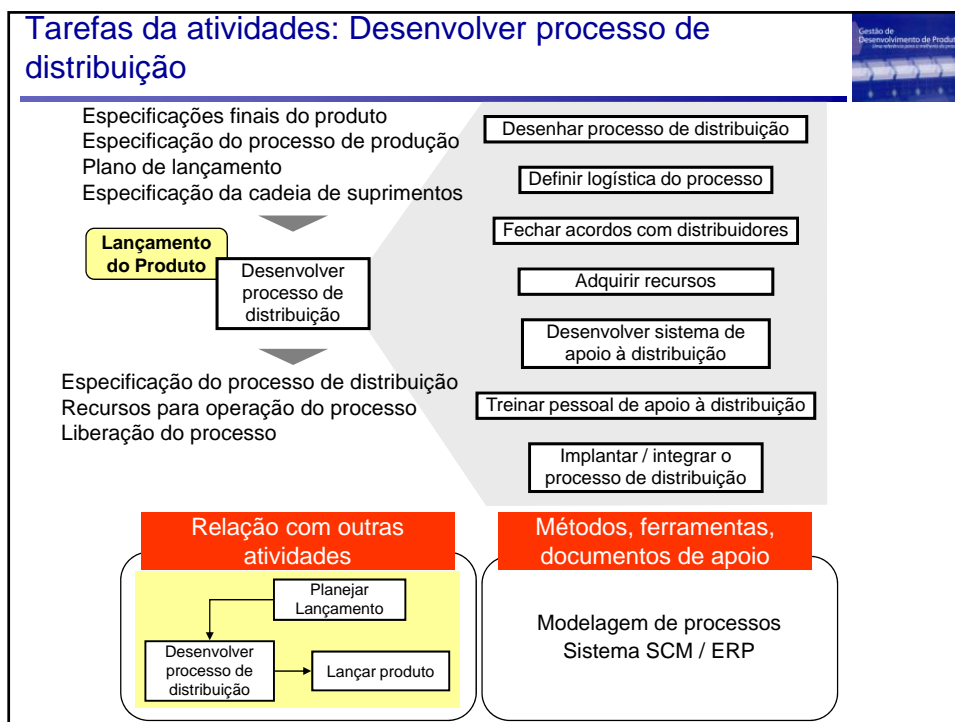
Normalmente começam a acontecer antes desta fase

- Recordar que as próximas 4 atividades podem ocorrer antes da realização da fase
- Caso contrário, seu desenvolvimento pode impactar o lançamento do produto
- Seu conteúdo, no entanto, faz parte da fase de lançamento
- As atividades são similares



Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- **Desenvolver processo de distribuição**
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas



Tarefas da atividades: Desenvolver processo de distribuição – integração com outros processos

- Integração com o processo de logística (que é integrado ao de supply chain)
 - Planejamento, implementação e controle de fluxo eficiente e eficaz de todo material, produtos e fluxo de informação associado
- O processo de produção (desenvolvida na fase de preparação da produção) deve considerar os canais de distribuição definidos na logística
- Integração com o processo de vendas está relacionada com a promessa de tempo de entrega que um revendedor faz para um cliente
- Integração com assistência técnica é essencial para reposição de suprimentos

Sumário do capítulo – atividades da fase



- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- **Desenvolver processo de atendimento ao cliente**
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

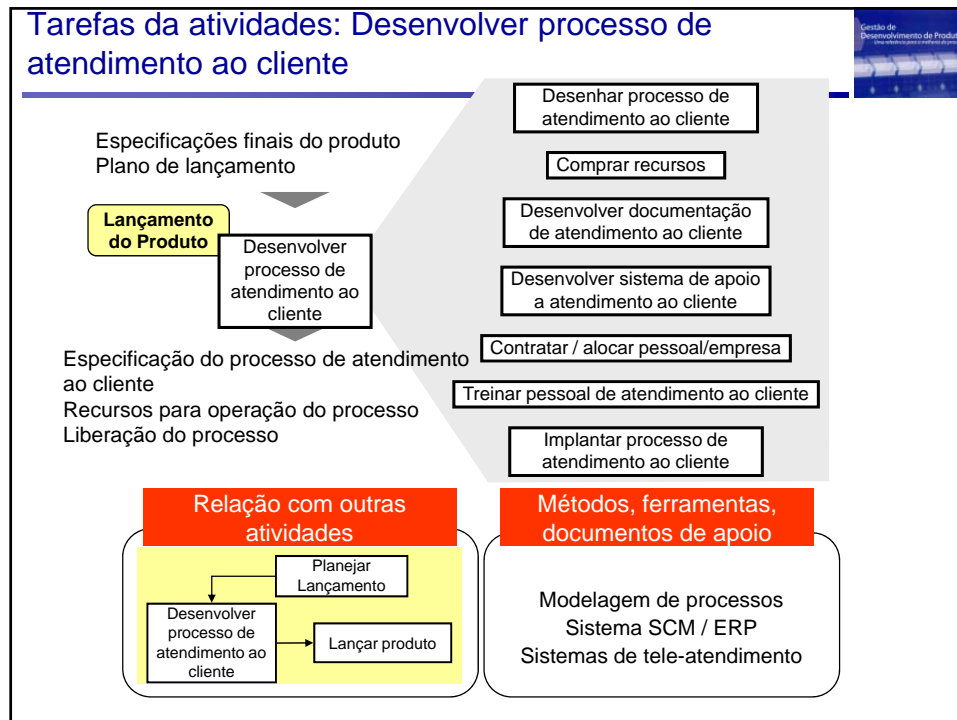
Processo de atendimento ao cliente



Canal de comunicação entre ambos

- Montar base de dados única sobre clientes (sistema CRM)
- Acionar processos de apoio (gestão de mudanças de produto)
- Quais os serviços mais valorizados pelos clientes?
- Podem ser integradas ações de marketing

CRM: customer relationship management, SAC: serviço de atendimento ao cliente



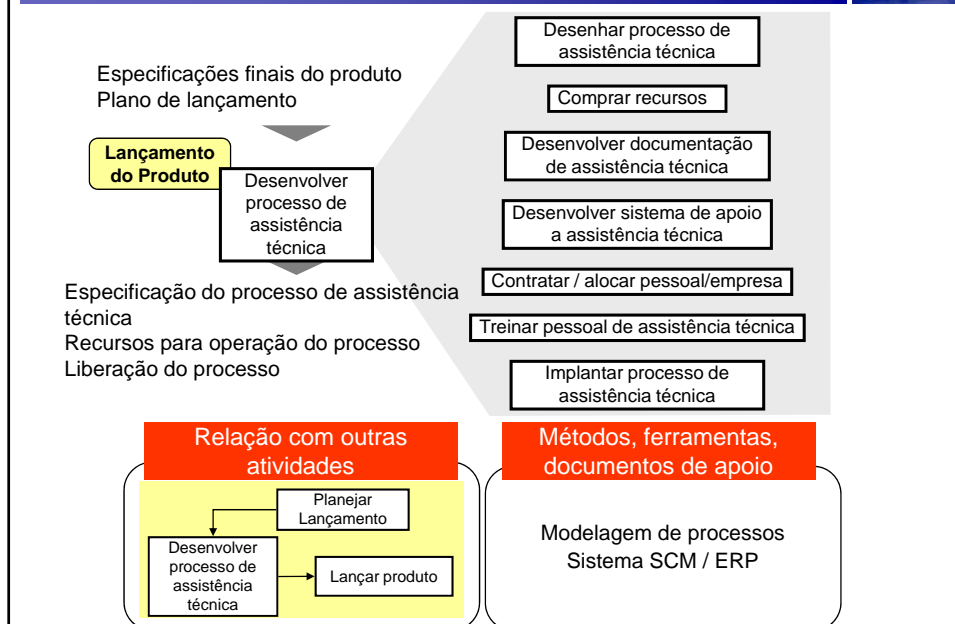
Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- **Desenvolver processo de assistência técnica**
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Característica do processo de assistência técnica

- Produtos são mais confiáveis e descartáveis
- Serviços de manutenção são vendidos com os produtos (outra fonte de faturamento)
- O conteúdo de apoio à assistência técnica é criado durante a fase de detalhamento (manuais e instruções de manutenção)

Tarefas da atividades: Desenvolver processo de assistência técnica



Sumário do capítulo – atividades da fase



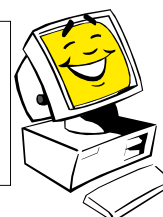
- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- **Promover marketing de lançamento**
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Tarefas da atividades: Promover marketing de lançamento

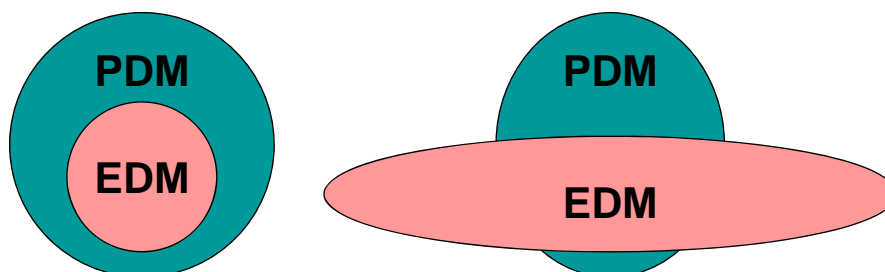


- Atualizar o plano de lançamento
- Preparar a campanha publicitária
- Desenvolver a propaganda
- Promover as vendas
- Contratar os fornecedores de serviços

Toda a documentação pode ser gerenciada por sistemas GED (gerenciamento eletrônico de documentos). Não somente desta fase !!



Comparação da abrangências dos sistemas PDM e EDM (GED) – quadro 8.18



PDM: *product data management*

EDM: *eletronic document management*

EDM é mais conhecido no Brasil como GED
(gestão eletrônica de documentos)

Tecnologias dos sistemas GED (gestão eletrônica de documentos) – quadro 10.2



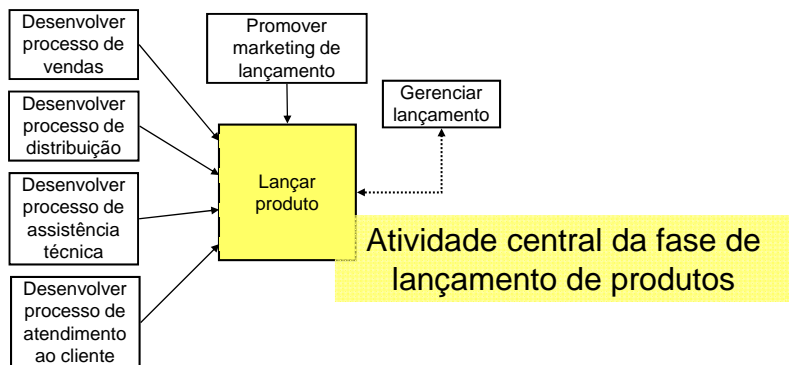
- Document Imaging (DI)
 - Optical Character Recognition (OCR)
 - Intelligent Character Recognition (ICR)
- Document Management (DM): equivale ao EDM tradicional
- COLD/ERM: Computer Output to Laser Disk (COLD) /Enterprise Report Management (ERM)
- Workflow
- Records and Information Management (RIM)

GED evolui para o ECM (enterprise content management), sigla que neste livro significa (engineering change management – capítulo 13)

Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- **Lançar produto**
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Atividade de lançar produto



Tarefas da atividade

Avaliar os processos de apoio ao lançamento;
 Planejar o evento de lançamento;
 Contratar os serviços para o lançamento;
 Promover o evento de lançamento.

Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- **Gerenciar Lançamento**
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Atividade de gerenciar lançamento

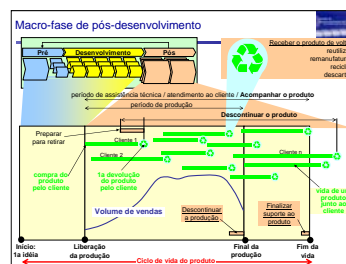


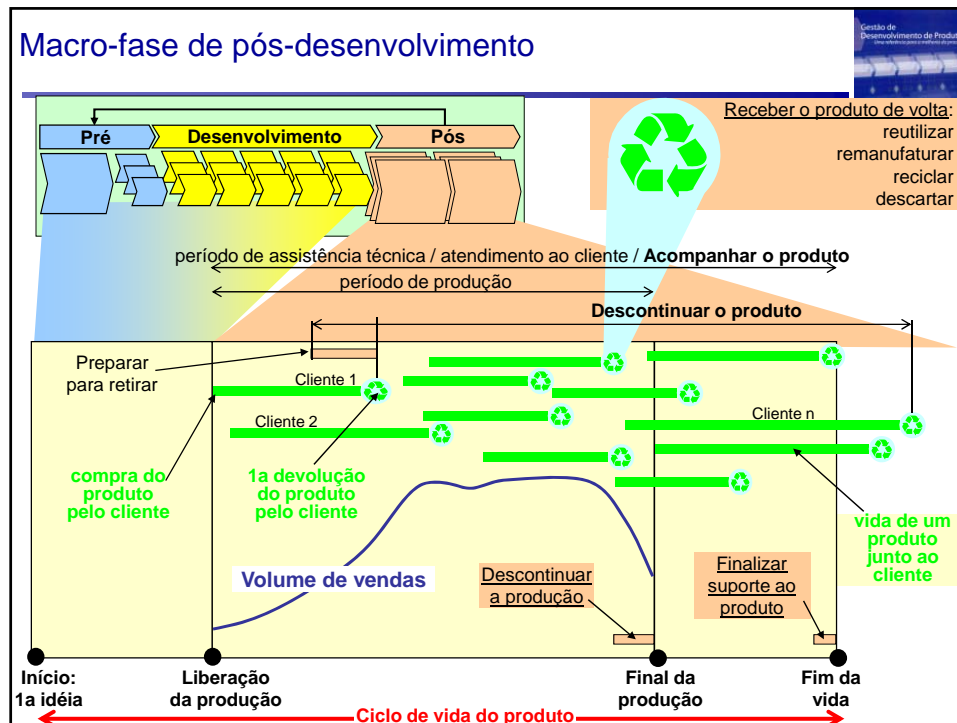
Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- **Atualizar Plano de Fim de Vida**
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Atividade de atualizar o plano de fim de vida

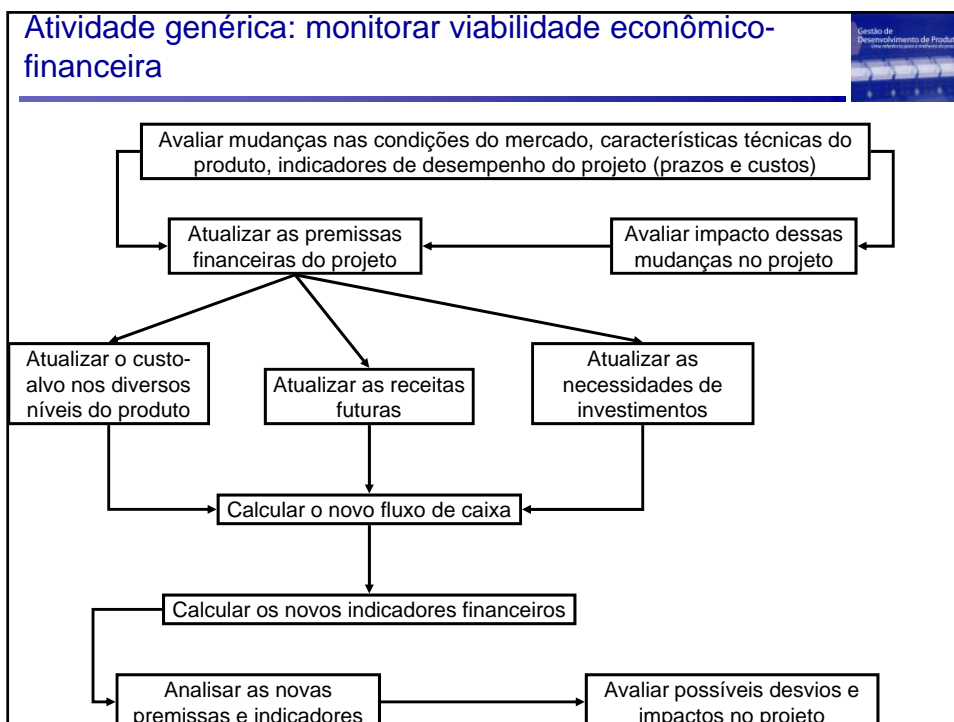
- plano criado dentro da fase de projeto detalhado
- atualizado durante todo o desenvolvimento e ciclo de vida
- é congelado nesta fase
- acionado na macro-fase de pós desenvolvimento, no capítulo 15





Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas



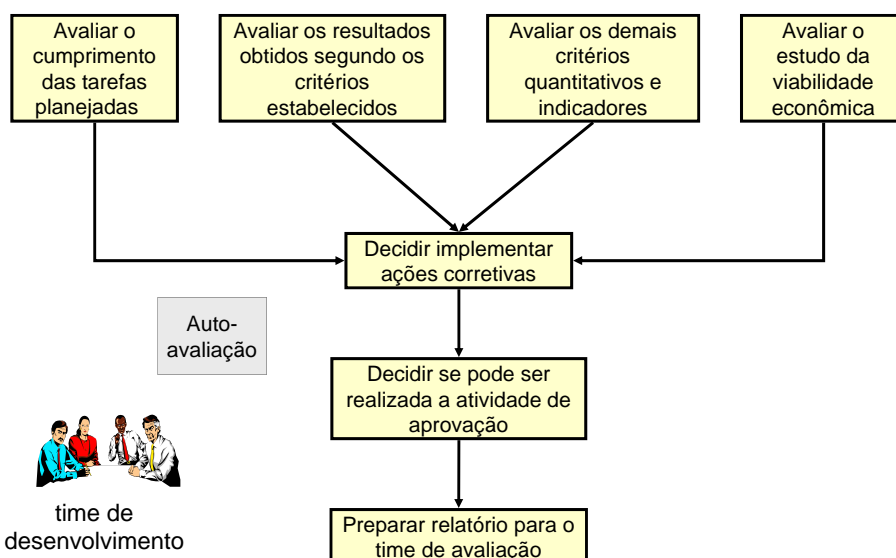
Particularidades do monitorar viabilidade econômico-financeira na fase de lançamento

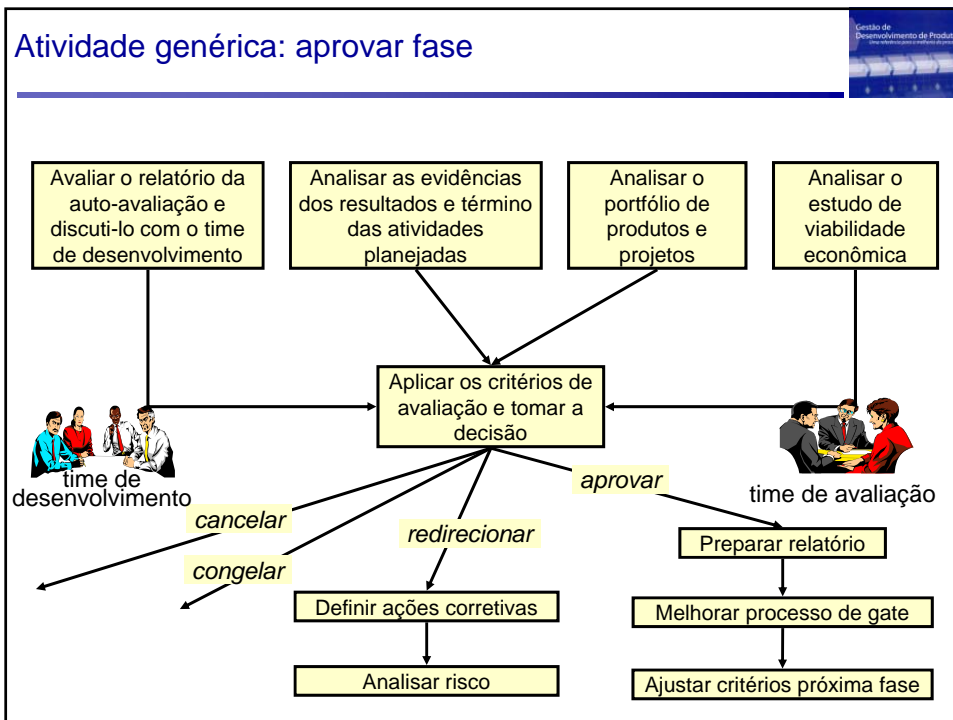
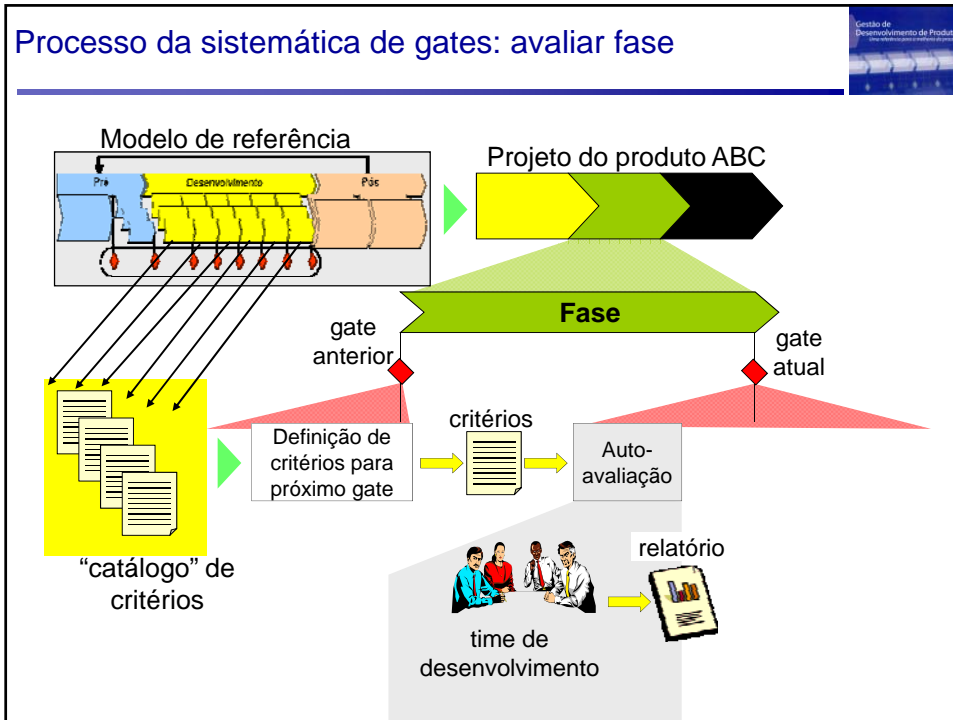
- deve-se acompanhar os indicadores iniciais que garantam o plano de negócios e a análise de viabilidade, realizada e atualizada durante o desenvolvimento:
 - volume, *market share* etc.
- monitoramento contínuo no início do período de fornecimento;
- depois de um período, o processo de “Gestão Financeira” da empresa (outro processo de negócio sob responsabilidade da área financeira) acompanha os resultados reais, contábeis e gerenciais
- confrontar o monitoramento com o estudo de viabilidade econômico-financeira, para “calibrar” os padrões adotados pela empresa na fase de previsão
- isso melhora a capacidade da empresa prever o retorno nos desenvolvimentos futuros

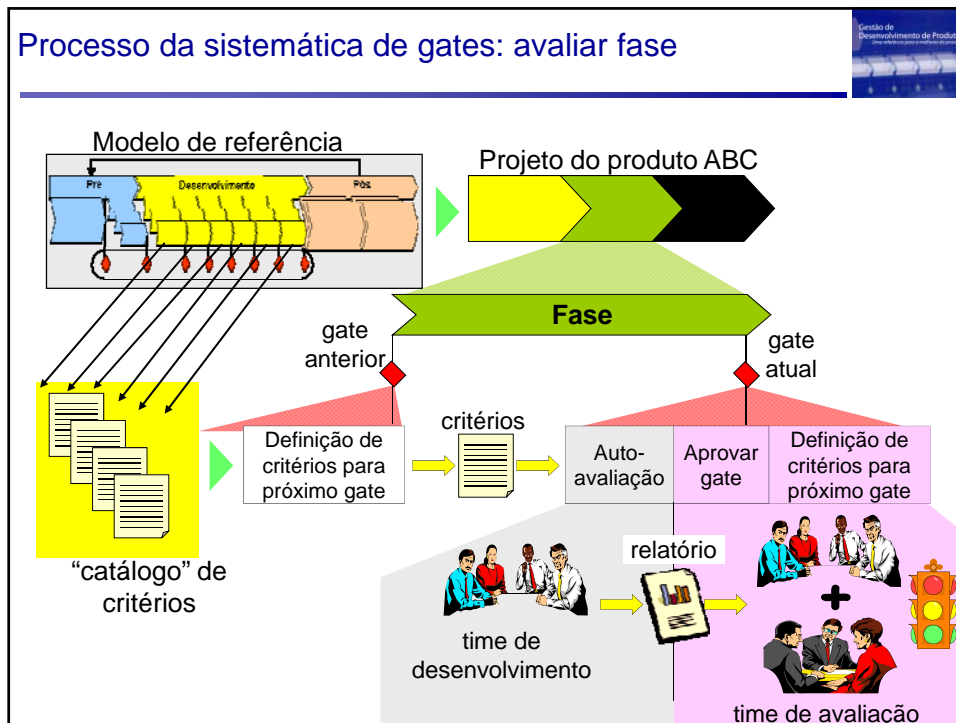
Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Atividade genérica: avaliar fase







Sumário do capítulo – atividades da fase

- Planejar Lançamento
- Desenvolver processo de vendas
- Desenvolver processo de distribuição
- Desenvolver processo de atendimento ao cliente
- Desenvolver processo de assistência técnica
- Promover marketing de lançamento
- Lançar produto
- Gerenciar Lançamento
- Atualizar Plano de Fim de Vida
- Monitorar viabilidade econômico-financeira
- Avaliar e Aprovar Fase
- Documentar as decisões tomadas e lições aprendidas

Documentar as decisões tomadas e registrar lições aprendidas



- Fontes de melhorias
- Se não formalizar, estruturar e sistematizar, pode-se perder a memória e repetir erros do passado
- Simples de registrar, difícil de analisar e aprender
- Registrar a todo o momento
- Momento formal para garantir documentação, logo após o *gate*
- Não existe um conjunto de tarefas específicas
- Hoje existem sistemas que analisam, classificam e ajudam a recuperar informações não estruturadas
- Importante (essencial) praticar a gestão do conhecimento, pois só sistemas não garantem

Algumas melhores práticas da fase de lançamento de produtos

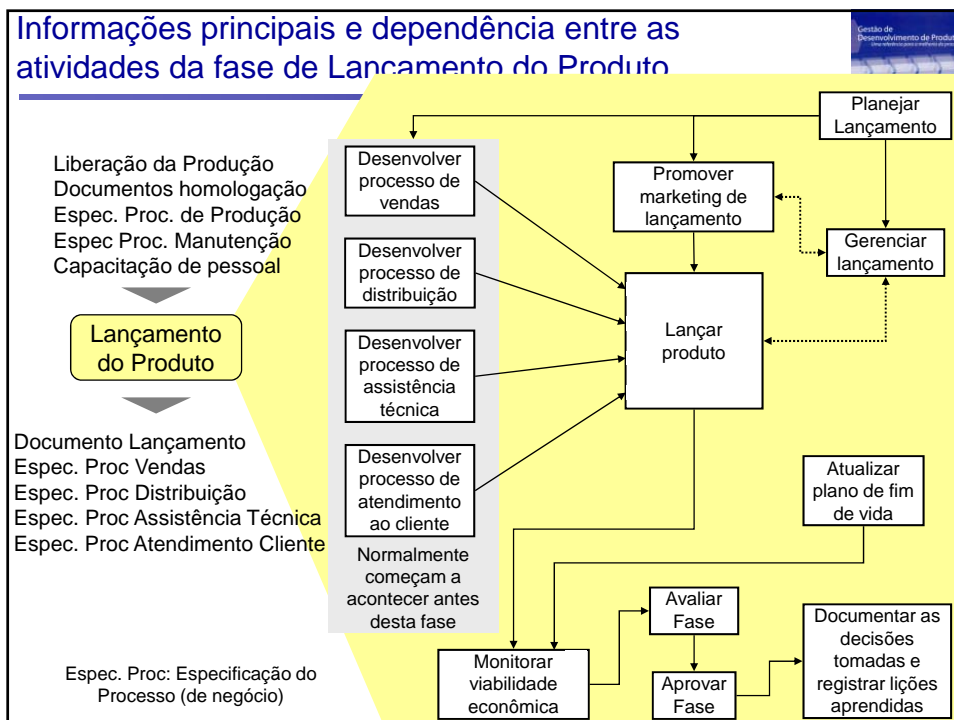


- Trabalhar de forma integrada com a área de marketing (veja Quadro 10.4, sobre “Tarefas de marketing no desenvolvimento de produtos?”);
- Cruzar todas os conhecimentos explícitos, acumulados entre si, e “armazenar” no documento de fechamento do projeto (arquivo de projeto);
- Comemorar os resultados iniciais com o time de desenvolvimento e todas as outras pessoas envolvidas em um “evento interno de lançamento do produto”.

Síntese do que foi visto

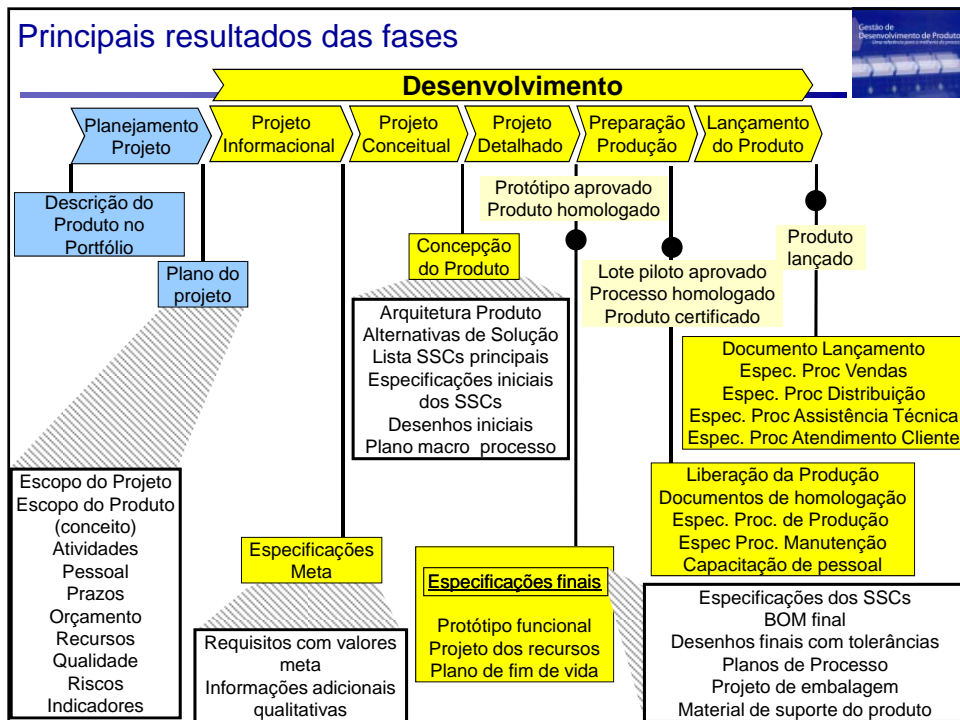
- Atividades e Informações
- Conceitos e ferramentas
- Principais resultados

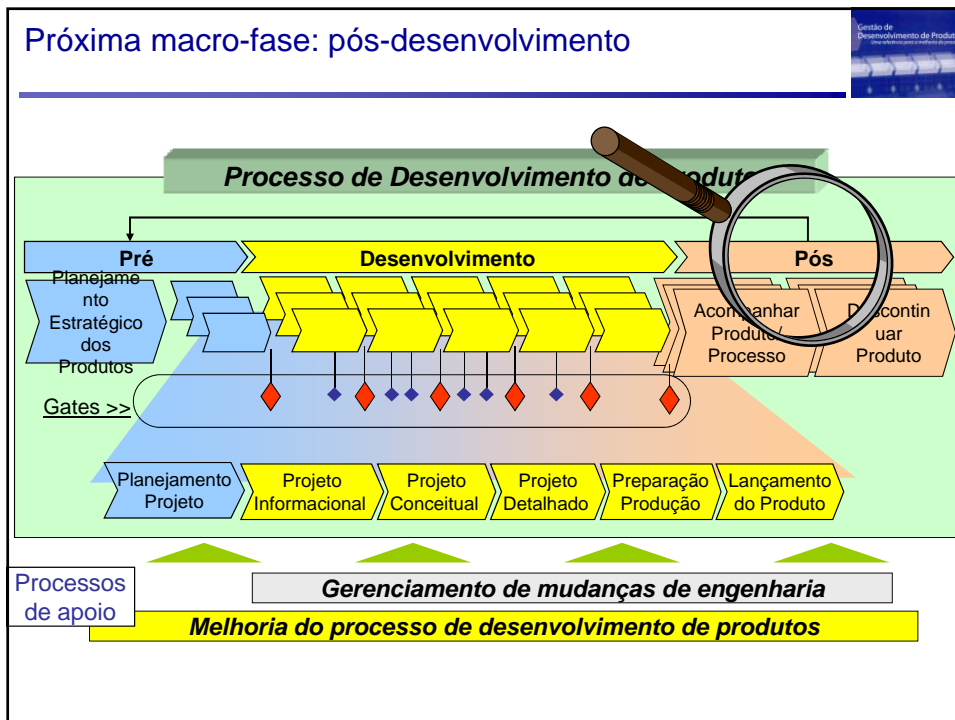
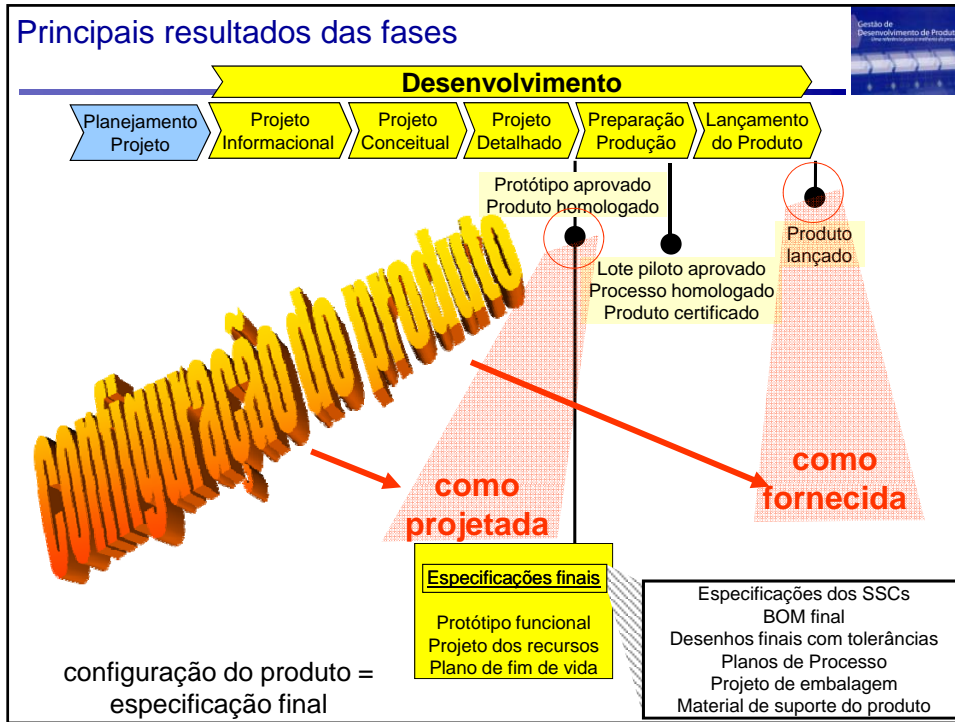
Próxima fase

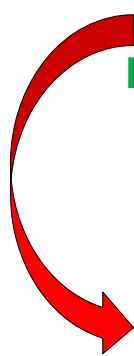


Sumário do capítulo – conceitos e ferramentas (quadros)

- Logística e distribuição na gestão da cadeia de suprimentos – quadro 10.1
- Sistemas GED (gestão eletrônica de documentos) – quadro 10.2
- Riscos se os processos de apoio não estiverem operacionais no lançamento – quadro 10.3
- Tarefas de marketing no desenvolvimento de produtos? – quadro 10.4







FIM DO CONTEÚDO DA
DISCIPLINA DE ENGENHARIA
DO PRODUTO!!!

INICIO DO APRENDIZADO
ENGENHARIA DE
PRODUTO!!!!