

Developer's Zone

tips & trucs, vakkunstigheden en andere nuttige informatie

Clemens Valens (Elektor Labs)

VAN IDEE NAAR PRODUCT - DEEL 7 (SLOT)

In deze artikelreeks hebben we het proces besproken om een nieuw product op de markt te brengen. Dat begon met het opstellen van een businessplan en vervolgens het ontwerp van het product; en daarna ging het verder met het produceren en testen van dat product. En nu is het eindelijk klaar om te worden verkocht – of niet soms?

instructions for use



GEBRUIKERS- EN SERVICEHANDLEIDINGEN

Geen enkel product is af zonder handleiding. Voor u is alles natuurlijk duidelijk en logisch, maar de gebruiker denkt daar misschien anders over, en daarom moet u het een en ander uitleggen. Er moet een gebruikershandleiding worden geschreven, en dit is geen triviale taak. Een goede handleiding is beknopt, duidelijk en compleet. Krijgt u dat zelf voor elkaar of is het beter om hiervoor een technisch schrijver in te huren? Als u eenmaal een handleiding hebt, zorg er dan voor dat mensen deze ook gemakkelijk kunnen vinden. En wilt u die bij het product bijsluiten, als download beschikbaar maken of allebei?

Voor bepaalde producten is ook een servicehandleiding vereist. Zo'n handleiding is bedoeld voor mensen 'in het veld' die uw producten onderhouden. Daarin wordt bijvoorbeeld uitgelegd hoe men onderdelen vervangt, hoe alles moet functioneren en welke signalen op welke testpunten gemeten moeten worden. Nogmaals, het opstellen van zo'n handleiding is een formidabele klus die u misschien wilt uitbesteden.

Dilemma: verpakt u uw product in een gewone kartonnen doos of wilt u de gebruiker een goed gevoel geven?

VERPAKKING

Zoals elke marketingdeskundige u kan vertellen, kan de verpakking een product maken of breken. In de verpakking zijn het product, de handleiding en vaak enkele accessoires gegroepeerd, en een goede verpakking maakt duidelijk wat er in zit. Bovendien kan het product met een deugdelijke verpakking veilig worden opgeslagen en getransporteerd. Een goede verpakking nodigt ook uit tot kopen.

Net als het product zelf moet ook de verpakking worden ontworpen. Afmetingen, vorm en materiaal moeten worden gedefinieerd; de afbeeldingen en tekst op de verpakking moeten worden gespecificeerd. Is er vulmateriaal nodig? Een speciale verpakking of een standaard golfkartonnen doos? Wie fabriceert een verpakking op maat? Wat gaat het kosten? Wat voor invloed heeft dat op de verkoopprijs van het product? En, tussen haakjes, wie gaat de producten in die dozen inpakken?



GEBRUIKSVOORBEELDEN

Wanneer u audioversterkers of auto's produceert, hoeft u uw klanten niet te vertellen waarvoor ze die moeten gebruiken. Niet alle producten zijn echter zo en voor sommige zijn gebruiksvoorbeelden nodig. Het feit dat de gebruiker uw product heeft gekocht, betekent niet meteen dat hij of zij begrijpt hoe alle handige functies die hebt ingebouwd, gebruikt kunnen worden. Wanneer in de gebruikershandleiding zoiets staat als "dinges-knop: pas een ding toe", dan is dat niet erg behulpzaam wanneer u niet eerst uitlegt wat een 'dinge' is en waarom men het zou willen toepassen (en waarop). Geef niet slechts één, maar verschillende duidelijke voorbeelden die verder gaan dan de meest elementaire gebruiksscenario's.

VERZENDING, DISTRIBUTIE EN MARKETING

Iets anders waarover u al in een vroeg stadium moet nadenken, is hoe u uw product gaat distribueren. Verkoopt u het zelf direct aan de klant of laat je dat liever over aan verkoopspecialisten zoals groothandel en winkels? Als u het zelf regelt, hoeft u geen commissie te betalen, maar moet u misschien wel iemand inhuren die elke dag naar het postkantoor gaat. Of schakelt u een besteldienst in? Verzendkosten per zending berekenen of een standaardtarief? Als u voor detailhandel kiest, hoe weet u dan dat deze zijn best doet om het product te verkopen? Wie zorgt voor de marketing? Hoeveel wilt u uw product duurder maken om hiervoor te betalen? Of verkleint u knarsetandend uw winstmarge?



FACTURERING EN BOEKHOUDING

Het zal u misschien verbazen, maar veel start-ups leggen al snel het loodje omdat ze niet de tijd nemen om financiële kwesties bij te houden, zoals aanmaningen versturen, offertes te maken of zelfs überhaupt een boekhouding te voeren. Of het nu is om de klant de best mogelijke ervaring te bieden of gewoon omdat de vraag overweldigend is – als het financiële aspect om welke reden dan ook te lang wordt genegeerd, zal uw bedrijf niet lang overleven.

Onbetaalde rekeningen kunnen van uw leveranciers zijn (maakt niet uit, die hebben geld genoeg), maar net zoals u uw leveranciers (nog) niet hebt betaald, bent u nu ook zelf een leverancier die te maken heeft met traag (of niet) betalende klanten. Debiteuren manen is vervelend, maar als u geen rekeningen verstuurt, hebt u geen debiteuren om te manen – en dat is nog erger. Het maken van een offerte kost tijd, maar goede offertes zullen nieuwe klanten opleveren. Iedereen weet hoe belangrijk het is om uitgaven en inkomsten bij te houden zodat de boel in evenwicht blijft, maar dat kost tijd. Veel mensen hebben de neiging om dit uit te stellen omdat er zoveel andere belangrijke dingen gedaan moeten worden om het bedrijf op gang te krijgen. En inderdaad: als u te lang wacht verdwijnen de problemen vanzelf – samen met uw dromen.

ONDERSTEUNING EN AFTERSALES

De kwaliteit van uw aftersales-service is direct van invloed op de reputatie van uw bedrijf en weerspiegelt zich in de verkoop (tenzij u Apple bent). Aftersales kan snel tijdrovend worden, dus wie gaat er met uw klanten communiceren en hoe? Tegenwoordig (proberen) veel bedrijven hun telefoonnummer(s) en e-mailadressen geheim te houden. Het idee is om alle serviceverzoeken om te leiden naar een webpagina met een contactformulier of een lijst met veelgestelde vragen (FAQ's – en vergeet de antwoorden niet) of een chatbot of een forum of wat dan ook. Maar zelfs als u het best denkbare zelfservicecentrum opzet, zullen er altijd een paar klanten overblijven die met een persoon van vlees en bloed willen spreken. En in het uitzonderlijke geval dat die er niet zijn, is er nog steeds een echt iemand nodig om de e-mails te lezen die binnenkomen op info@acme-products.com, om de contactformulieren te verwerken, de rapporten van de chatbot af te handelen en de brieven te openen die de postbode vanmorgen heeft bezorgd.



RETOUREN, REPARATIES EN GARANTIE

Ook al hebt u uw uiterste best gedaan dat al uw producten aan de hoogste kwaliteitseisen voldoen en precies werken zoals bedoeld, zal na verloop van tijd een deel daarvan kapot gaan. Hopelijk zijn dat er niet al te veel, maar een paar zal op uw bureau landen met een – waarschijnlijk vage of onduidelijke – klacht van de gebruiker. Hoe gaat u om met geretourneerde producten? Repareert u die? Of is het goedkoper om ze te vervangen? En wie gaat dat doen? Als u vervangt, wat doet u dan met de defecte exemplaren? Wat valt onder garantie en wat niet? Hoe lang is de garantieperiode eigenlijk? Sommige landen schrijven een minimale garantieperiode voor bepaalde soorten producten voor – een goed idee om daar eens naar te kijken.

AFVALVERWIJDERING

In diverse landen zijn fabrikanten verantwoordelijk voor de verwijdering van producten die door hun gebruikers zijn afgedankt. Dat betekent dat gebruikers producten naar de fabrikant kunnen (en zullen) retourneren ten behoeve van vernietiging of recycling. Hoe meer producten u verkoopt, hoe meer afval u terugkrijgt, en de berg e-afval kan snel heel groot worden. Misschien kunnen sommige van deze producten nog worden opgeknapt? Misschien moeten sommige onderdelen speciaal worden behandeld? Maar hoe dan ook betekent afval ook kosten.



DENK AAN DE TOEKOMST

Natuurlijk is uw product geweldig en lost het alle problemen op waarvoor het is ontworpen, maar na kortere of langere tijd zullen klanten om andere of extra functies vragen. Het kan zelfs zijn dat u zelf al een geweldig idee hebt om uw productlijn te verbeteren of uit te breiden. Maar helaas hebt u alleen nog maar tijd voor productie, testen, verzending, verpakking, marketing, boekhouding, verkoop en aftersales, en hebben engineering en productontwerp het nakijken. Nogmaals, met uitstellen verdwijnt dit probleem, maar uw bedrijf ook.

KANTOOR EN PERSONEEL

Als u geen personeel hebt, vindt u het waarschijnlijk niet erg om vanuit uw garage of in de keuken te werken, maar als u mensen gaat inhuren, is er meer ruimte nodig. Natuurlijk is er zoiets als een home office, populair gemaakt door u weet wel, maar het is niet geschikt voor intensieve communicatie of wanneer soldeerdampen te veel daglicht tegenhouden. De huur van kantoorruimte kan een oplossing zijn. Hiervoor kunt u iets goedkops kiezen aan de rand van een industriegebied, maar deelname aan een starterscentrum kan ook een interessante optie zijn. Deze zijn meestal beter gelegen en kunnen nuttige diensten verlenen. Ze kunnen ook helpen met bijvoorbeeld financiële kwesties, maar zorg ervoor dat u de kleine lettertjes zorgvuldig leest voordat u iets ondertekent. Medewerkers moeten niet alleen worden betaald, maar ook worden aangestuurd, wat tijd opslokt. Het lijkt misschien een goed idee om een vriend in te huren, maar zo iemand is waarschijnlijk moeilijker te managen. Wil u uw vrienden behouden, dan is het beter om een advertentie in de sociale media te plaatsen.

Passen alle medewerkers in uw keuken?

EINDE...

Daarmee besluiten deze serie. Er valt nog veel meer te vertellen, en ik ben gegarandeerd het een of ander vergeten. Maar u hebt een algemene indruk gekregen, nietwaar? Als u de richtlijnen uit deze artikelreeks aanhoudt, in combinatie met uw eigen gezonde verstand, dan kunt u nu zaken doen. Laten we hopen dat uw product succes heeft. Natuurlijk hoeft niet alles van meet af aan perfect te zijn. Diverse dingen zullen op natuurlijke wijze evolueren, maar het is altijd handig om voorbereid te zijn op wat er kan komen. Succes! 

Vragen of opmerkingen?

Hebt u vragen of opmerkingen naar aanleiding van dit artikel? Stuur een e-mail naar de auteur of de redactie van Elektor, via redactie@elektor.com.