

F priedas. Lietuvos ir Danijos ekspertų vertinimo rezultatai

| Pasirengimo etapas | | | Analizės etapas | | | Formavimo etapas | | | Realizavimo etapas | | |
|---|-------------|-------------|---|-------------|-------------|--|-------------|-------------|--|-------------|-------------|
| Etapui priklausantis veiksmas | Rangas (LT) | Rangas (DK) | Etapui priklausantis veiksmas | Rangas (LT) | Rangas (DK) | Etapui priklausantis veiksmas | Rangas (LT) | Rangas (DK) | Etapui priklausantis veiksmas | Rangas (LT) | Rangas (DK) |
| NP kūrimo poreikio nustatymas | 1 | 1 | Bendras darbuotojų pasirengimas | 6 | 7 | Darbuotojų įtrauktis į NP formavimą | 2 | 2 | Reklama įvairiuose marketingo kanaluose | 6 | 1 |
| Naujų idėjų generavimas | 2 | 4 | NP kūrimo metu galimos patirti išlaidos | 4 | 3 | Koncepcinės paslaugos kūrimo simuliacija tarp įmonės darbuotojų | 3 | 3 | NP kainodaros formavimas | 2 | 2 |
| Darbuotojų įtrauktis į naujų paslaugų idėjų generavimą | 7 | 6 | Segmento į kurį orientuojama NP, vertinimas | 2 | 2 | Koncepcinės paslaugos trūkumų šalinimas, atsižvelgiant į darbuotojų išsakytas pastabas | 6 | 4 | NP paskirstymo kanalai | 5 | 6 |
| Klientų įtrauktis į naujų paslaugų idėjų generavimą | 5 | 5 | Galimybė kuriamoje paslaugoje taikyti inovacijas | 7 | 5 | Personalo apmokymai | 7 | 7 | Tiesioginių konkurentų reakcija į kuriamą paslaugą | 8 | 7 |
| Sugeneruotų idėjų išskirtinumas | 6 | 7 | Naujų ir/arba esamų konkurentų grėsmės vertinimas | 8 | 8 | Konkurentų įtaka formavimo etape | 8 | 8 | Patobulinimai, atsižvelgiant į konkurentų reakciją | 7 | 8 |
| Sugeneruotų idėjų galimybė jas realizuoti rinkos sąlygomis | 4 | 2 | Klientų poreikių nustatymas | 1 | 1 | Klientų įtrauktis į koncepcinės paslaugos testavimą | 1 | 1 | Bandomasis paslaugos teikimas klientams | 1 | 3 |
| Idėjų tinkamumas, atsižvelgiant į potencialius klientus | 3 | 3 | Klientų pasiūlymų vertinimas kuriamai paslaugai | 5 | 4 | Klientų pasitebjimų ir rekomendacijų vertinimas | 4 | 5 | NP stebėseną per trumpąjį jos teikimo laikotarpį (angl. short-term post-launch review) | 3 | 5 |
| Idėjų tinkamumas, atsižvelgiant į specifines klientų grupes | 8 | 8 | Tikslinio kliento portreto formavimas | 3 | 6 | Koncepcinės paslaugos trūkumų šalinimas | 5 | 6 | Nedideli pakeitimai iki visapusiško paslaugos teikimo (angl. full- | 4 | 4 |