

F priedas. Lietuvos ir Danijos ekspertų vertinimo rezultatai

Pasirengimo etapas			Analizės etapas			Formavimo etapas			Realizavimo etapas		
Etapui priklausan- tis veiksmas	Rangas (LT)	Rangas (DK)	Etapui priklausan- tis veiksmas	Rangas (LT)	Rangas (DK)	Etapui priklausan- tis veiksmas	Rangas (LT)	Rangas (DK)	Etapui priklausan- tis 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