

Zadania

Najważniejszym zadaniem Roadmappingu jest identyfikacja potrzeb i nisz rynkowych występujących obecnie i w przyszłości. Opierając się na tych sygnałach przedsiębiorca jest w stanie w przyszłości zbudować i oprzeć swoją strategię produktową. Roadmapping to narzędzie jednoczesnej analizy procesów R&D oraz produkcyjnego. Głównie dla przedsiębiorcy jest istotne poznanie słabych i mocnych stron własnych produktów i technologii. Przykładowymi funkcjonalnościami Roadmappingu technologicznymi są następujące usługi:

- identyfikacja produktów,
- identyfikacja krytycznych wymagań produktów i usług,
- specyfikacja głównym obszarów technologicznych,
- identyfikacja głównym docelowych obszarów rynkowych dla produktów i usług,
- identyfikacja głównych czynników technologicznych obecnych na rynku i powiązanie ich z własnymi celami biznesowymi,
- identyfikacja alternatyw technologicznych i ich umiejscowienie czasowe,
- rekomendacja technologiczna dla budowy portfela technologicznego.

Wspólnymi cechami Roadmappingu technologicznego są:

1. wyodrębnienie co najmniej dwóch klas modelowanych obiektów: technologii i produktów (co prowadzi to do analizy grafu dwudzielnego),
2. badanie związków strukturalnych pomiędzy tymi obiektami,
3. badanie zależności czasowych i kierunków (trendów) ich zmian,
4. formułowanie rekomendacji dla decydentów.

Najczęściej jednak w Roadmappingu wyodrębnia się dodatkowe klasy obiektów: innowacje i badania naukowe oraz rynek – jako otoczenie pozostałych klas.