

***Tot stand gekomen in het kader van RAAK Vitale Oudere***

**Auteur:** ir. K.M.M. van Beurden; lector Product Design  
**Redactie:** ir. I.P.M. Griffioen; Panton, drs. M. van der Meer;  
ir. K.M.M. van Beurden; lector Product Design

© Saxion, januari 2011 (versie 1.0)

Saxion Kenniscentrum Design en Technologie

Saxion Kenniscentrum Gezondheid, Welzijn en Technologie

Partners: Jaarsma+Lebbink, Novay, Panton, Sentrum, Syntens, en Technologie Kring Twente

[www.55plustoolbox.nl](http://www.55plustoolbox.nl)

## Checklist Haalbaarheidsonderzoek

Project: .....

Startdatum: .....

### Doel checklist :

Deze checklist kan worden gebruikt om als innovatieteam snel een overzicht te krijgen van de haalbaarheid van de voorgenomen innovatie. Het helpt om in een vroeg stadium de belangrijkste ontwikkelrisico's te onderkennen en de kansen van de innovaties goed in te schatten. Door de checklist door de verschillende betrokken afdelingen vooraf in te vullen en vervolgens gezamenlijk te bespreken, worden de verwachtingen ten aanzien van de innovatie voor iedereen helder.

Doel Checklist Haalbaarheidsonderzoek:

- Indicatie of het product technisch ontwikkeld voor en verkocht kan worden aan de doelgroep.
- Kosten versus baten.

## Checklist:

### Inbreng Marketing

1. Soort product: .....
2. Specifieke/onderscheidende eigenschappen: .....
3. Afbakening marktsegment: .....  
↳ (geografisch, gebruiksomgeving etc)
4. Doelgroep/typologie: .....
5. Marktgegevens doelgroep: .....  
↳ (marktontwikkelingen, trends etc)
6. Distributiekanaal: .....
7. Voorgeschiedenis; sterktes/zwaktes huidige producten: .....
8. Moet concurreren met/marktaandeel afsnoepen van: .....
9. Gewenste verkoopprijs: .....
10. Gewenste introductie datum: .....  
↳ (beurs 50+)
11. Benodigd verkoopmateriaal: .....
12. Communicatiestrategie: .....  
↳ (tijdschriften, TV, etc)
13. Productfamilie: .....  
↳ (toekomstige producten binnen zelfde familie)

### Inbreng Verkoopafdeling

14. Assortiment, accessoires: .....
15. De markt:     Grootte markt en marktaandeel: .....
- Marktaandeel concurrentie: .....
- Eigen verkoop     1<sup>e</sup> jaar: .....
- 2<sup>e</sup> jaar: .....
- 3<sup>e</sup> jaar: .....
16. Sterkte producten concurrent: .....  
↳ (gevestigde naam, prijs, kwaliteit)
17. Aanwezig verkoopmateriaal: .....

**Inbreng Ontwikkelingsafdeling**

- 18. Moeilijkheid product: .....  
↳ (kennis van de gebruiker, technisch, vormgeving)
- 19. Concurrentie: .....  
↳ (technische aspecten)
- 20. Geschatte ontwikkeltijd                    in uren: .....    in doorlooptijd: .....  
    Fasen:    haalbaarheidsonderzoek .....  
              programma van eisen .....  
              concept .....  
              uitontwikkeling .....  
              prototypes en testen .....  
              definitief product voorstel .....  
              proefserie .....  
              introductie .....
- 21. Geschatte ontwikkelkosten: .....
- 22. Geschatte kostprijs: .....
- 23. Geschatte investeringen: .....

**Inbreng Directie**

- 24. Doelgroep past bij missie, visie bedrijf: .....
- 25. Prioriteit: .....