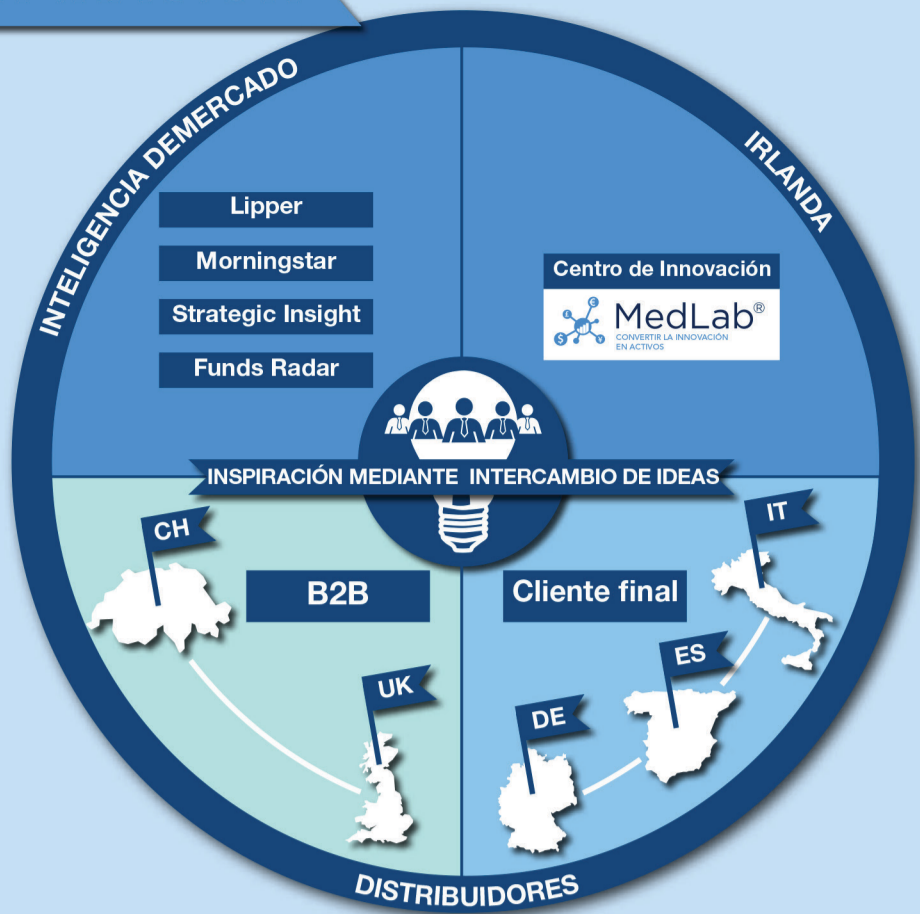


# INSPIRACIÓN



## Solicitud de propuestas (RFP) a socios externos

1st Class Network



Relaciones comerciales y



acuerdos de confidencialidad con

50+

socios externos



51%

de los 400 principales gestores de activos globales según los activos bajo gerencia (AUM)

91%

de los 20 principales gestores de activos globales según los activos bajo gerencia (AUM)

# CONCEPTUALIZACIÓN



Ideas Boot Camp



Informe resumido de solicitudes de propuesta (RFP) de nuevos productos



Idea Management System

# PROYECCIÓN DE SOLUCIONES Y SELECCIÓN DE IDEAS



Definición de

Tendencias | Innovación | Marca

<b>Tendencias:</b> La idea se sustenta en un mercado y/o tendencia de distribución	<b>Innovación:</b> Clasificación y primera estimación del grado de innovación	<b>Marca:</b> Percepción de calidad y notoriedad de la marca en los mercados de distribución
---	--	---

## Grados de innovación

<b>SENCILLA</b> Una copia de productos existentes	<b>ESTÁNDAR</b> Pequeños cambios en productos existentes
<b>COMPLEJA</b> Cambios sustanciales y estructurales en productos existentes	<b>SIGNIFICATIVO</b> Innovación radical: un nuevo producto que no exista en el mercado



Evaluación y clasificación

En una escala de 1 a 5, puntuamos:

- La viabilidad comercial y duración prevista de la innovación
- Las dificultades para invertir en la innovación
- La complejidad para comercializar la innovación



Actualización de las especificaciones del producto

2 1 3

Presentación de las ideas finalistas

# EVALUACIÓN DE LAS IDEAS GANADORAS



Taller para partes interesadas

Operaciones + Marketing + Distribuidores

## Evaluación técnica mediante el proceso de inversión de Mediolanum

- La estrategia de inversión subyacente es coherente con la idea comercial
- Viabilidad de los objetivos (riesgo y beneficio)
- Competencias, habilidades y herramientas para gestionar con éxito la estrategia
- Análisis de experiencias de competidores con estrategias/productos similares
- Definición de grupo de referencia y determinación del éxito futuro



Winning Ideas

Definición del alcance comercial

# DESARROLLO Y PUESTA EN PRÁCTICA



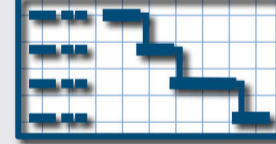
Análisis de viabilidad

- Viabilidad operativa y costes de fabricación
- Requisitos de cumplimiento y riesgos (incluidas AML y KYC)
- Requisitos de marketing
- Servicios y costes de distribución
- Análisis de rentabilidad (precios)

## Representación de niveles de innovación

Iniciativas anteriores

Sencilla: 66 días/persona
Estándar: 166 días/persona
Compleja: 700 días/persona
Significativo: 1.555 días/persona



Puesta en práctica por el Comité de Proyectos mediante MPMF

- Definición de roles para el proyecto
- Planificación del proyecto y fijación de objetivos
- Seguimiento y ajustes continuos

# COMERCIALIZACIÓN Y APOYO A LOS DISTRIBUIDORES

## Apoio para los distribuidores



Apoio a la comercialización

- Material de marketing
- Posicionamientos
- Formación

# OPTIMIZACIÓN

## Revisión anual de productos tras el lanzamiento

- Volumen de ventas y resultados
- Comentarios y satisfacción de distribuidores o clientes
- Estabilidad de los estándares operativos
- Necesidades del cliente

## Herramienta de evaluación de riesgo empresarial

