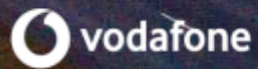




Hvað skal varast ?

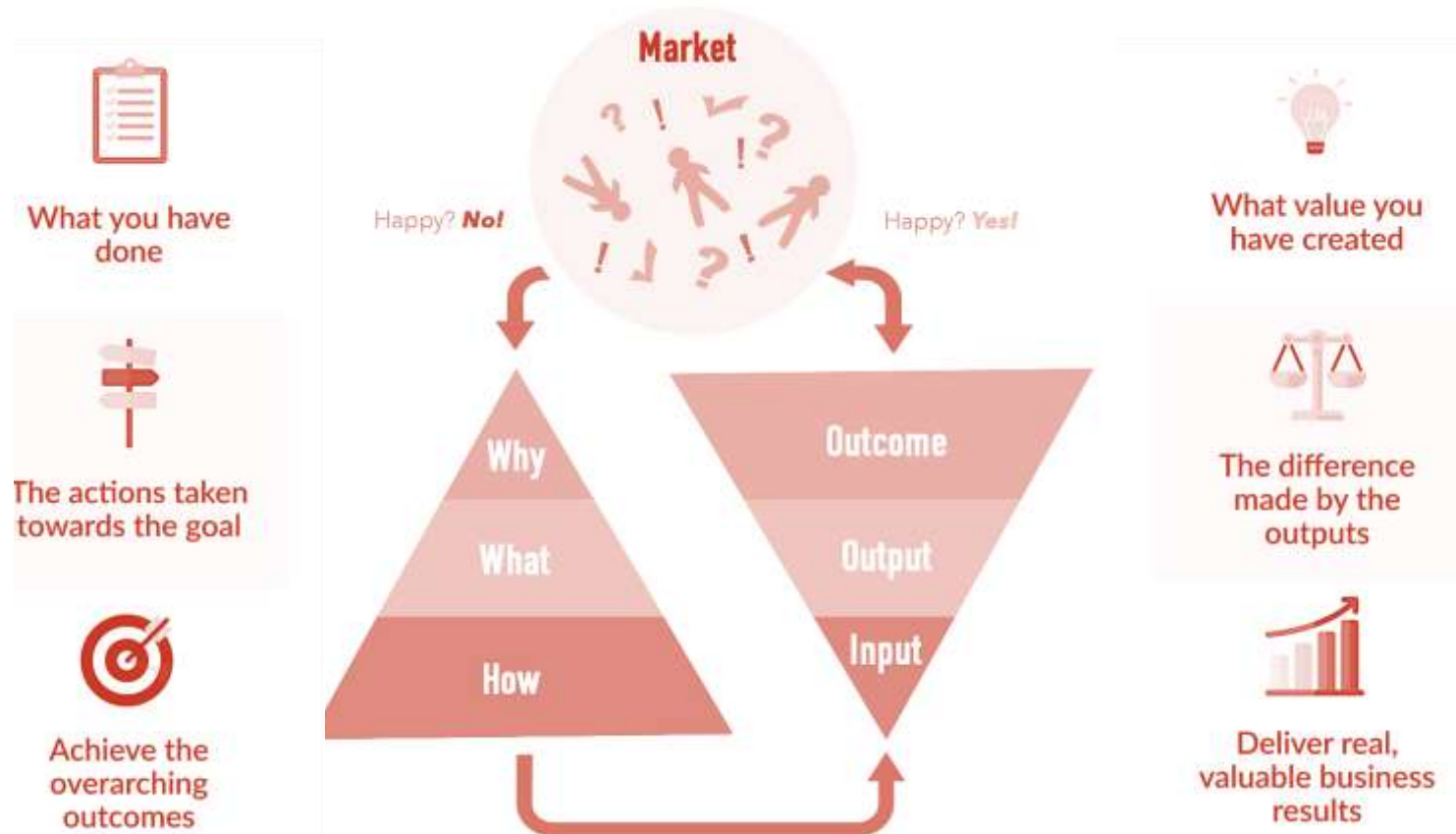
Siggeir Örn Steinþórsson



SPORT

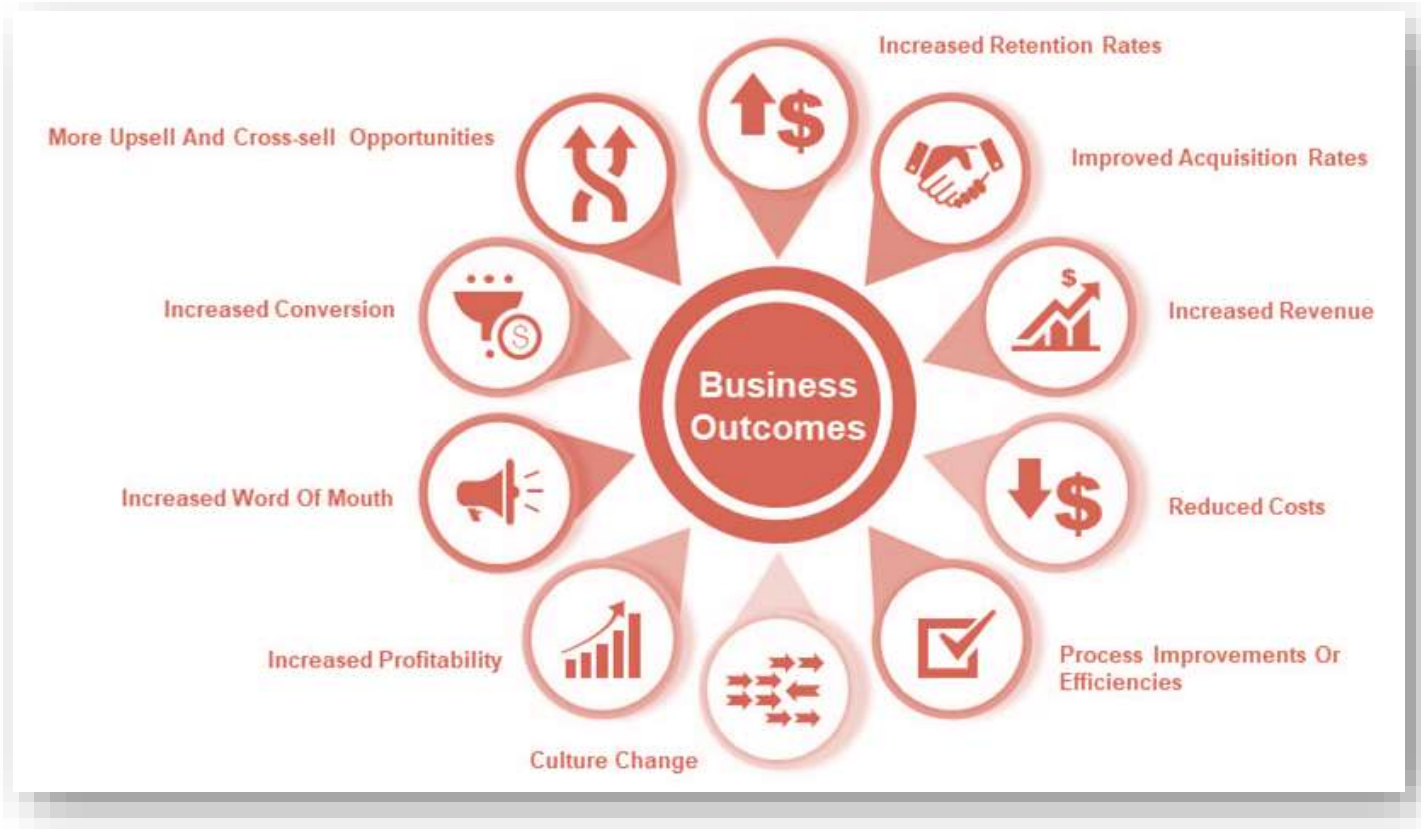


VÖRUSTÝRING SNÝST UM AÐ SKILJA ÞARFIR OG HÁMARKA VIRÐI



"We must all suffer from one of two pains: pain of **discipline** or pain of **regret**"

VÖRUSTÝRING SNÝST UM AÐ SKILJA ÞARFIR OG HÁMARKA VIRÐI



What value you have created

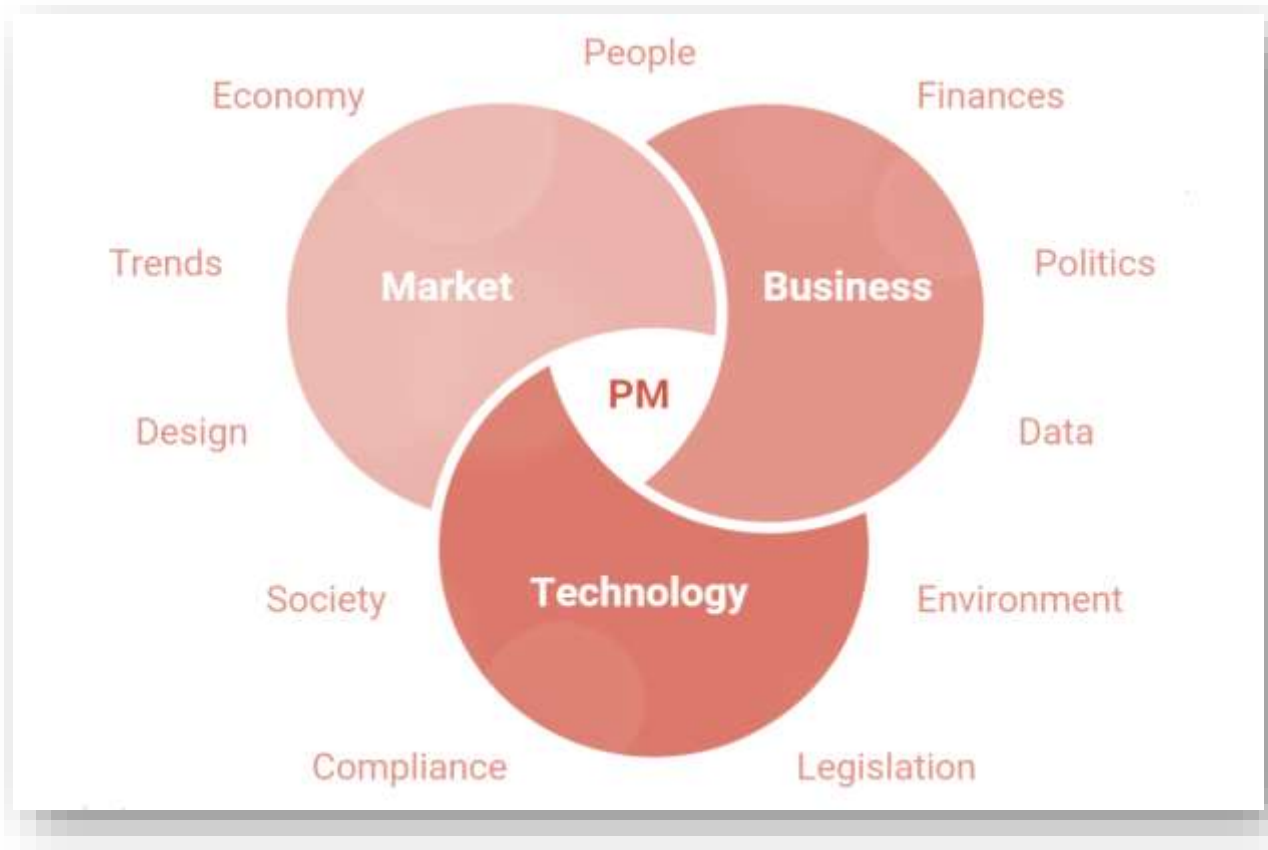


The difference made by the outputs



Deliver real, valuable business results

VÖRUSTÝRING SNÝST UM AÐ SKILJA ÞARFIR OG HÁMARKA VIRÐI



What value you have created



The difference made by the outputs



Deliver real, valuable business results



Stjórnskipulag og stefna



Vöruheilsa



Vegvísar



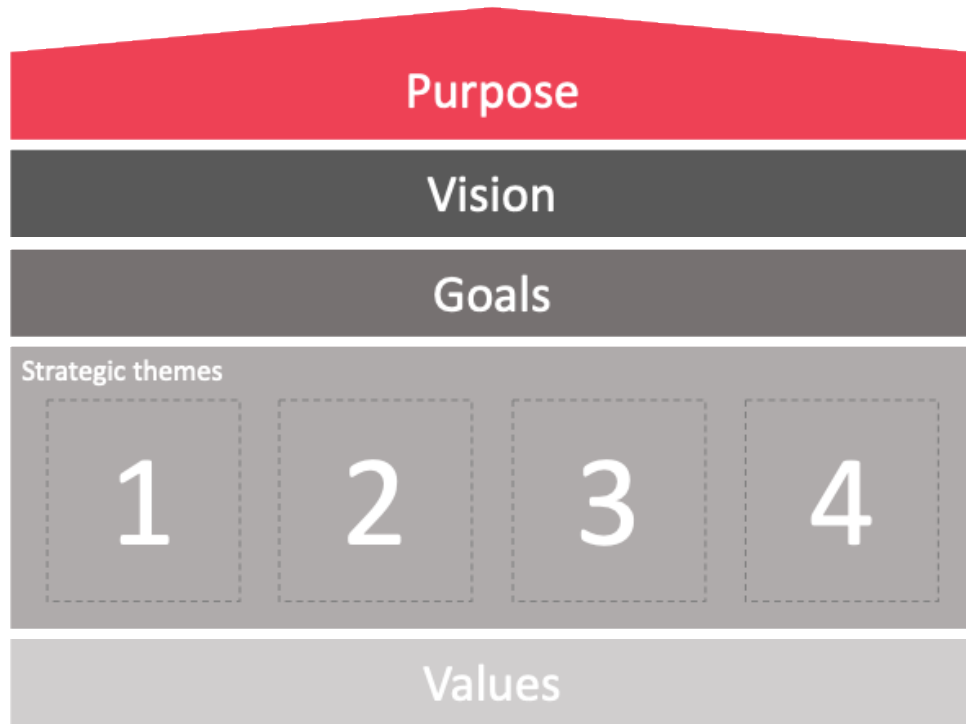
Stjórnskipulag og stefna



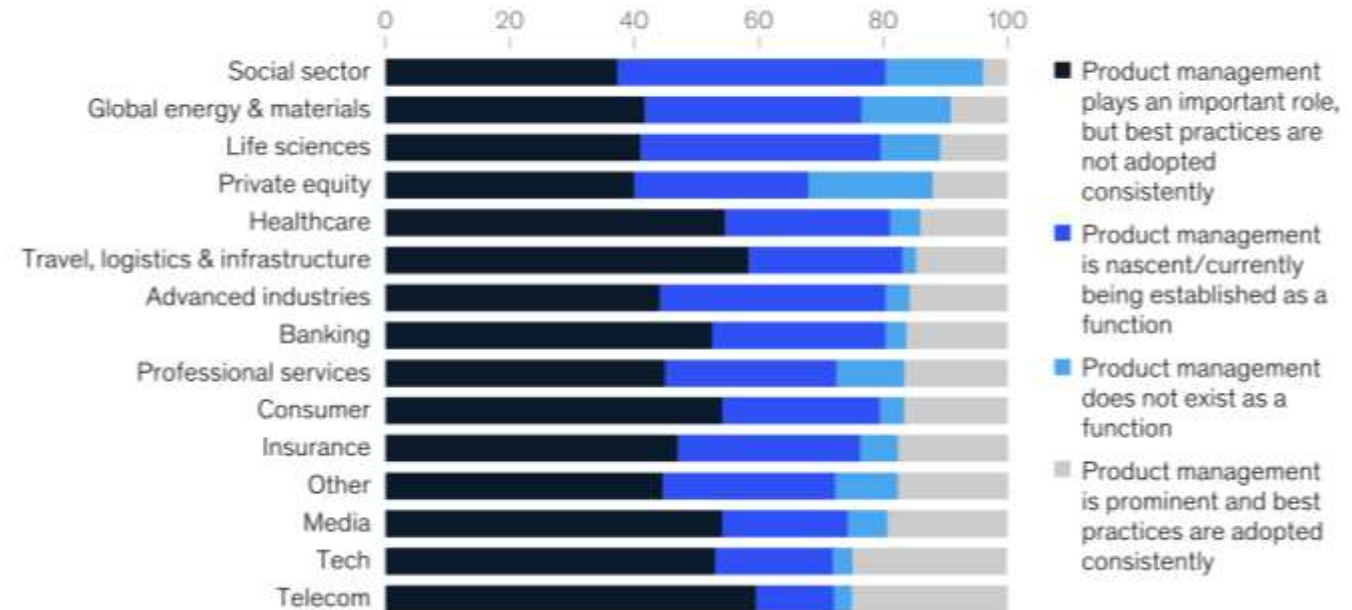
Vöruheilsa



Vegvísar

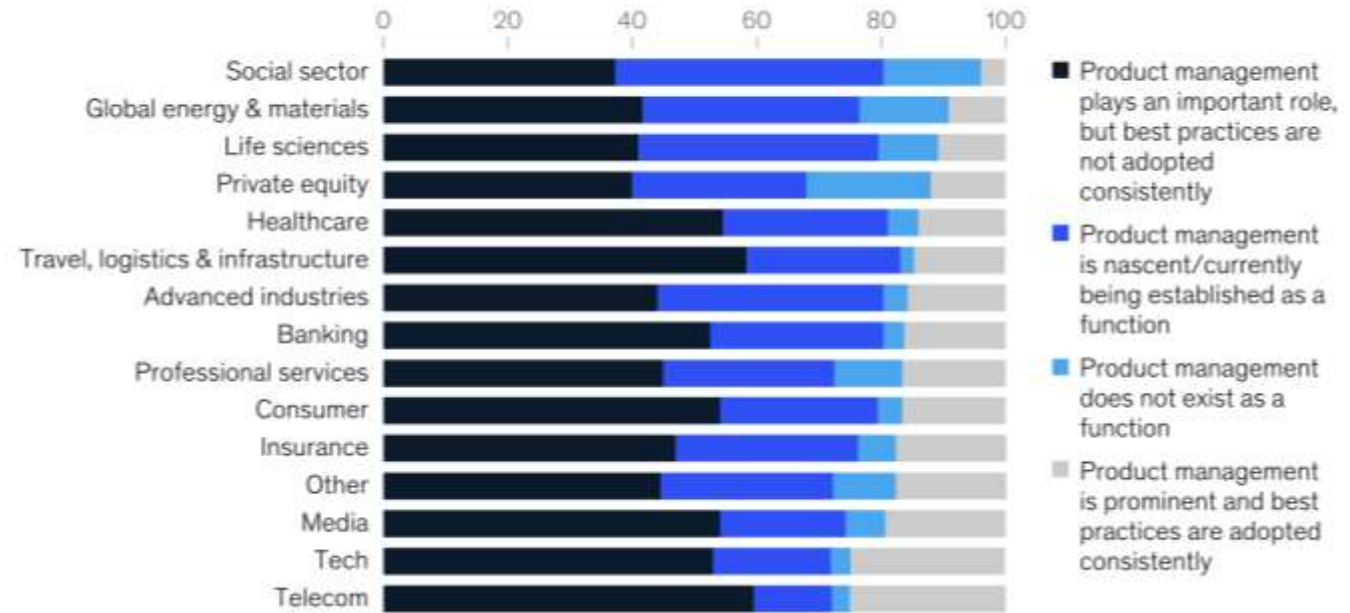


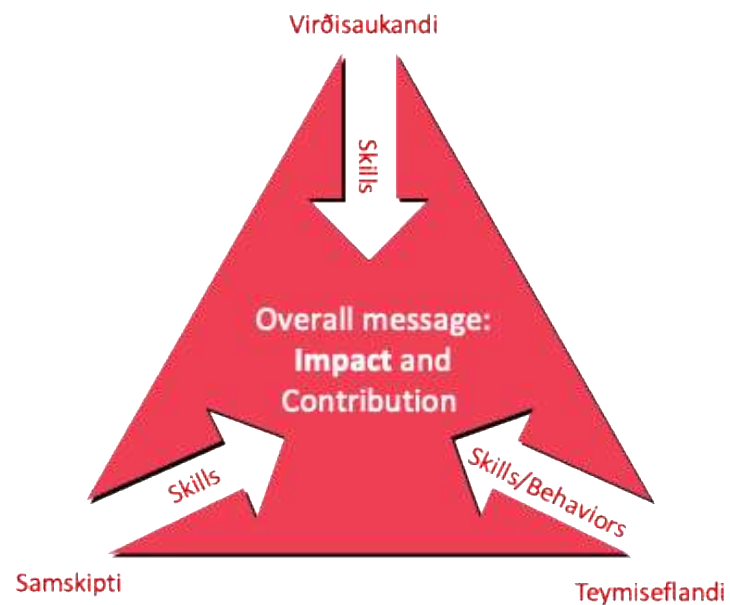
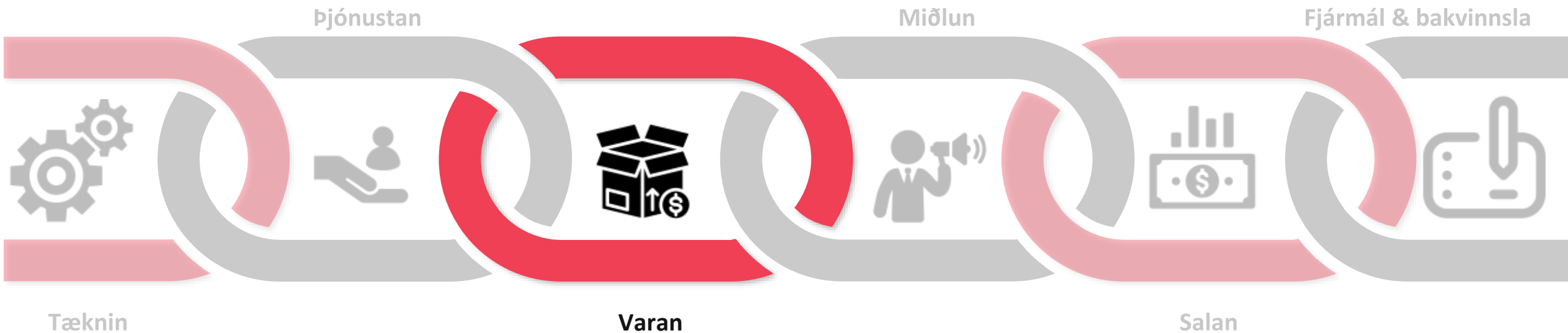
Product managers' view of the current state of their role or function, by industry,¹
% of respondents (n = 5,626)





Product managers' view of the current state of their role or function, by industry,¹
% of respondents (n = 5,626)





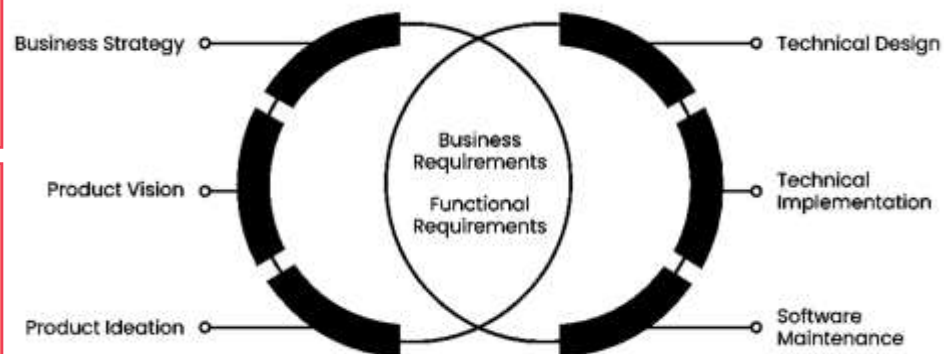


Vöruframboð, vörugreining og vörumótun

Ber ábyrgð á **vöruframboði** og mótun stefnumarkandi vegvísa með það að leiðarljósi að bæta **upplifun** og **ánægju** viðskiptavina.

Ábyrgð

- Bera ábyrgð á uppbyggingu og viðhaldi vöruframboði ásamt mótun vegvísa, vörulýsinga og verðlagningu
- Bera ábyrgð á mótun, forgang og utanumhaldi vegvísa og viðskiptatækifæra í samstillingu við innri/ytri hagaðila
- Bera ábyrgð á þarfalýsingu sölu- og markaðsaðgerða og innleiðingu go-to-market
- Ber ábyrgð að stefnumótandi áætlanagerð og eftirfylgni mælinga í samvinnu við rekstrareiningar



Framþróun, uppbygging og rekstur

Ber ábyrgð á að tryggja það sé ávallt sé til örugg og aðgengileg brú á milli **vöru**, **ferils** og **tækni** þegar kemur að framþróun, uppbyggingu og viðhaldi.

Ábyrgð

- Bera ábyrgð á utanumhaldi og forgang verkefna gagnvart hugbúnaðarteymum í takt við vel skilgreinda vegvísa
- Ber ábyrgð á kröfulýsingum og niðrubrot verkþátta til hugb.teyma í framþróun og rekstartengdum verkefnum
- Bera ábyrgð á upplýsingagjöf, gagnsæi uppákoma, útgáfustýringu og samstillingu innri og ytri hagaðila
- Bera ábyrgð að tryggja hámarks gæðum með skilvirkan rekstur að leiðarljósi



Stjórnskipulag og stefna



Vöruheilsa



Vegvísar

- ! Vöntun á **stefnumarkandi tengingu** vörustýringar við heildarstefnu (OKRs)
- ! Ófullnægjandi **þverfræðilegt samstarf** við lykilhagaðila (síló)
- ! Óskýr **hlutverk og ábyrgð** vörustýringar (ósjálfstæði)



Stjórnskipulag og stefna



Vöruheilsa



Vegvísar



Product managers say the biggest obstacles to making diversity and inclusion a key factor in development include limited tools and capability building.

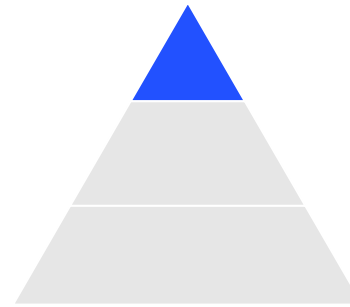
Share of respondents who cite the following as obstacles to incorporating diversity and inclusion into the development process, % (n = 52)



Note: Figures may not sum to 100%, because of rounding.



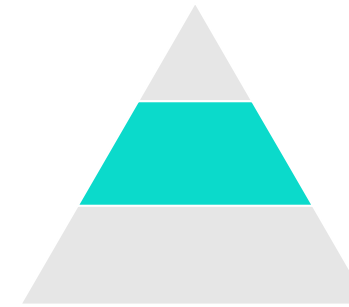
The three pillars of experience-led growth strategies.



Build aspiration and purpose

Clear aspiration and purpose including link to value and roadmap

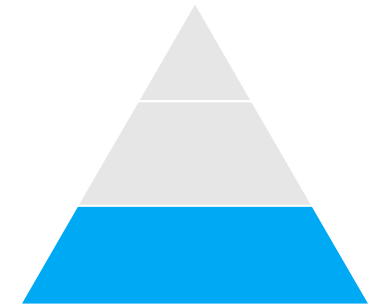
- Develop customer-centric vision and aspiration
- Establish link value
- Translate into roadmap



Transform the business

Capabilities to (re)design and innovate journeys, product, services, and business models

- Discover customer needs
- Design solutions
- Deliver impact



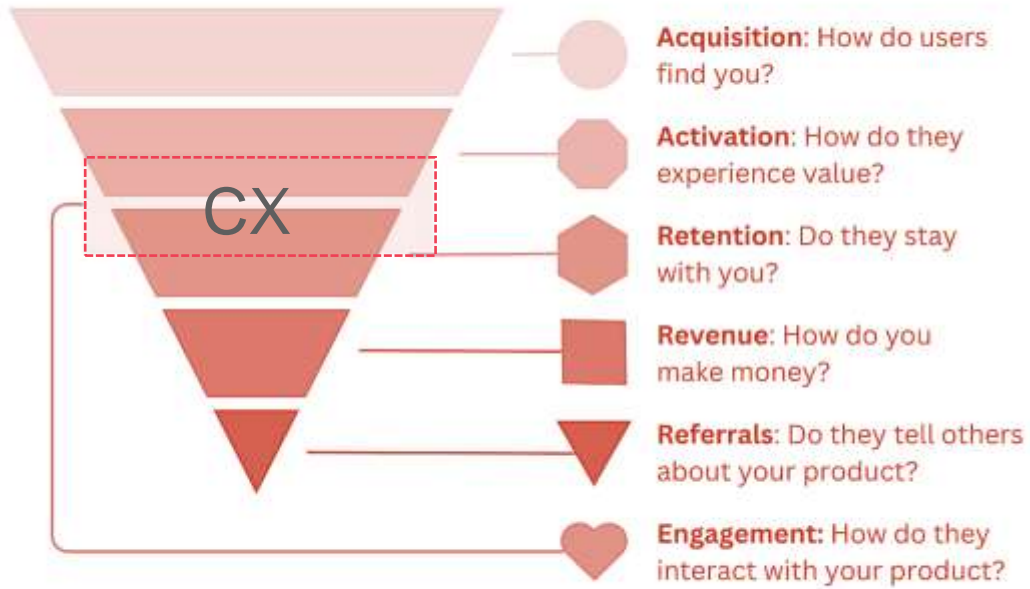
Enable the transformation

Critical enablers to drive transformational change

- Transform mindsets and build capabilities
- Step up technology, data, and analytics
- Establish cross-functional CX governance and operating model
- Deploy CX measurement and performance management system

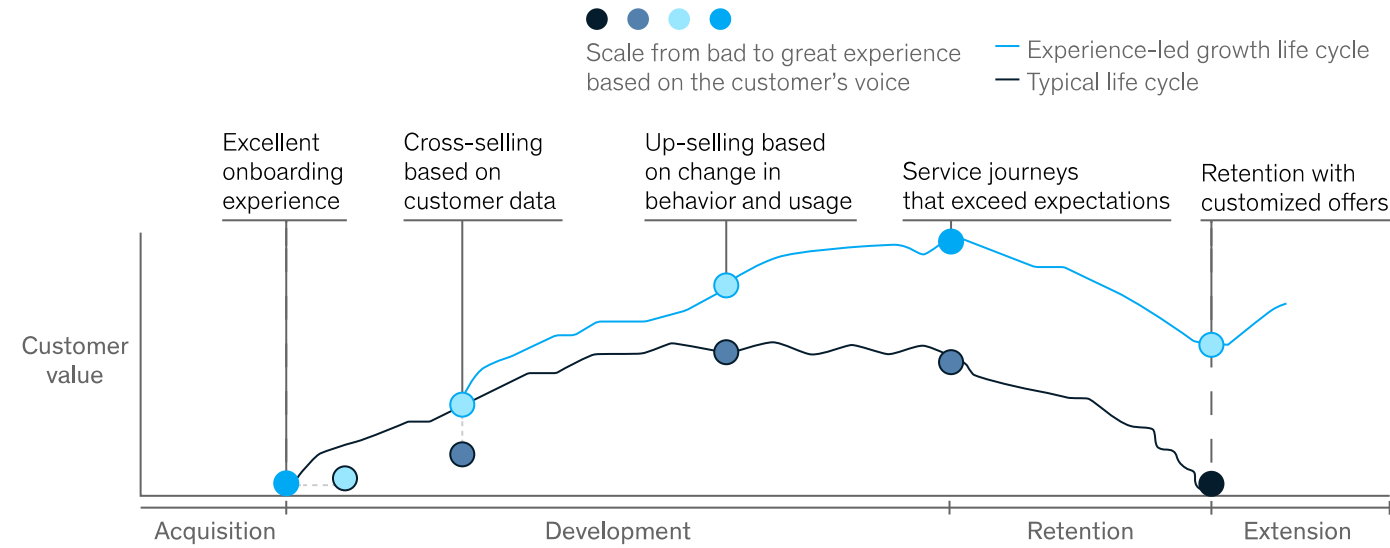
McKinsey & Company

80% of companies believe they are customer-centric, but only 8% of customers agree. (Source: Bain & Company)



Experience-led growth strategies boost customer engagement, satisfaction, and retention.

Value creation along the customer life cycle (illustrative)



Typical impact

15–25%

Typical increase in cross-selling

5–10%

Higher wallet share

20–30%

Higher satisfaction and engagement



Stjórnskipulag og stefna



Vöruheilsa



Vegvísar

- ! Áhersla á tekjur og fjölda í stað framlegðar og hlutdeildar (arðsemi)
- ! Vanmat á mikilvægi stafrænnar getu og öflugra viðskiptaferla (skilvirkni)
- ! Lítil skilningur á mikilvægi á þörfum og upplifun viðskiptavina (CX)



Stjórnskipulag og stefna



Vöruheilsa



Vegvísar



MARKAÐUR/MARKHÓPUR

Vörflokkur #1



Vision statement

- Vörudhersla #1
- Vörudhersla #2
- Vörudhersla #3

Vörflokkur #2



Vision statement

- Vörudhersla #1
- Vörudhersla #2
- Vörudhersla #3

Vörflokkur #3



Vision statement

- Vörudhersla #1
- Vörudhersla #2
- Vörudhersla #3



“Stubborn towards vision, flexible on details”



MARKAÐUR/MARKHÓPUR

Vörflokkur #1



Vörflokkur #2



Vörflokkur #3



Vision statement

- Vörudhersla #1
- Vörudhersla #2
- Vörudhersla #3

Vision statement

- Vörudhersla #1
- Vörudhersla #2
- Vörudhersla #3

Vision statement

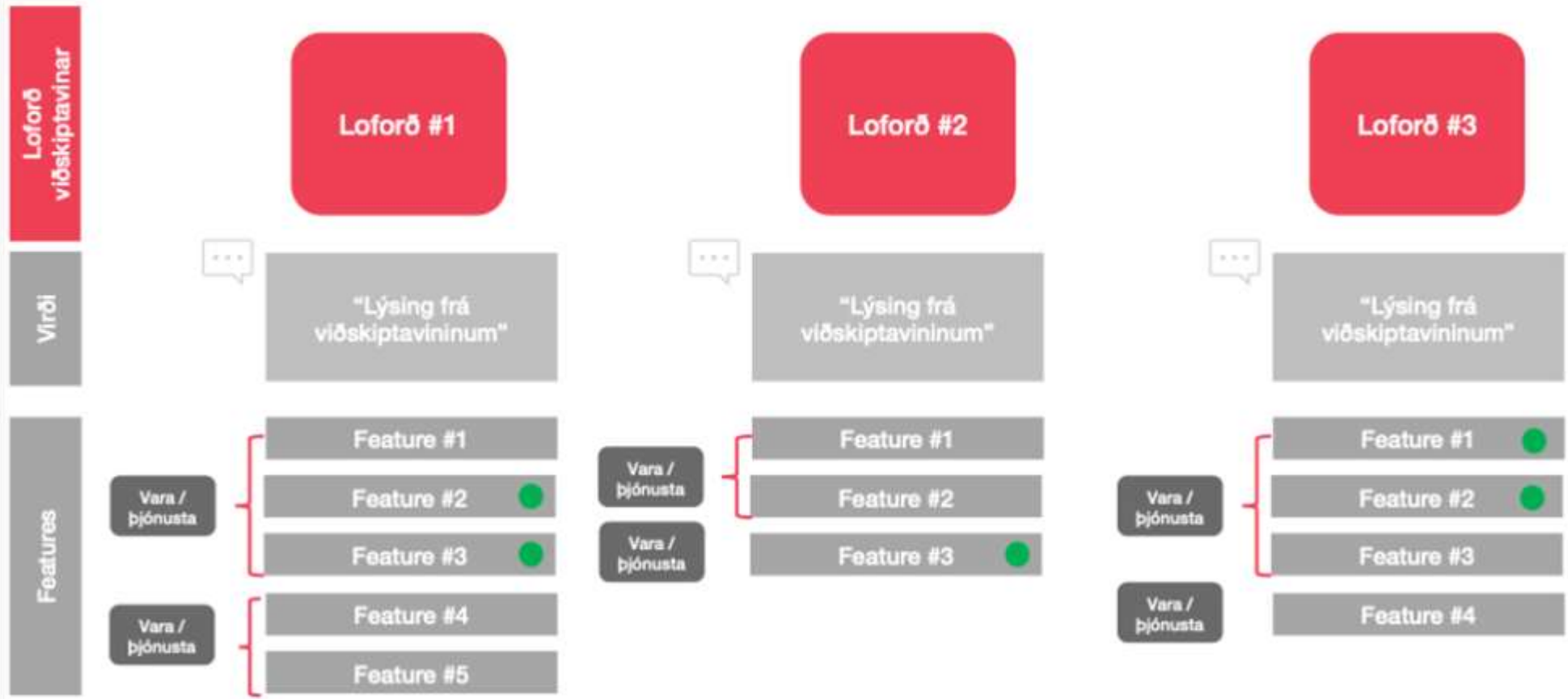
- Vörudhersla #1
- Vörudhersla #2
- Vörudhersla #3

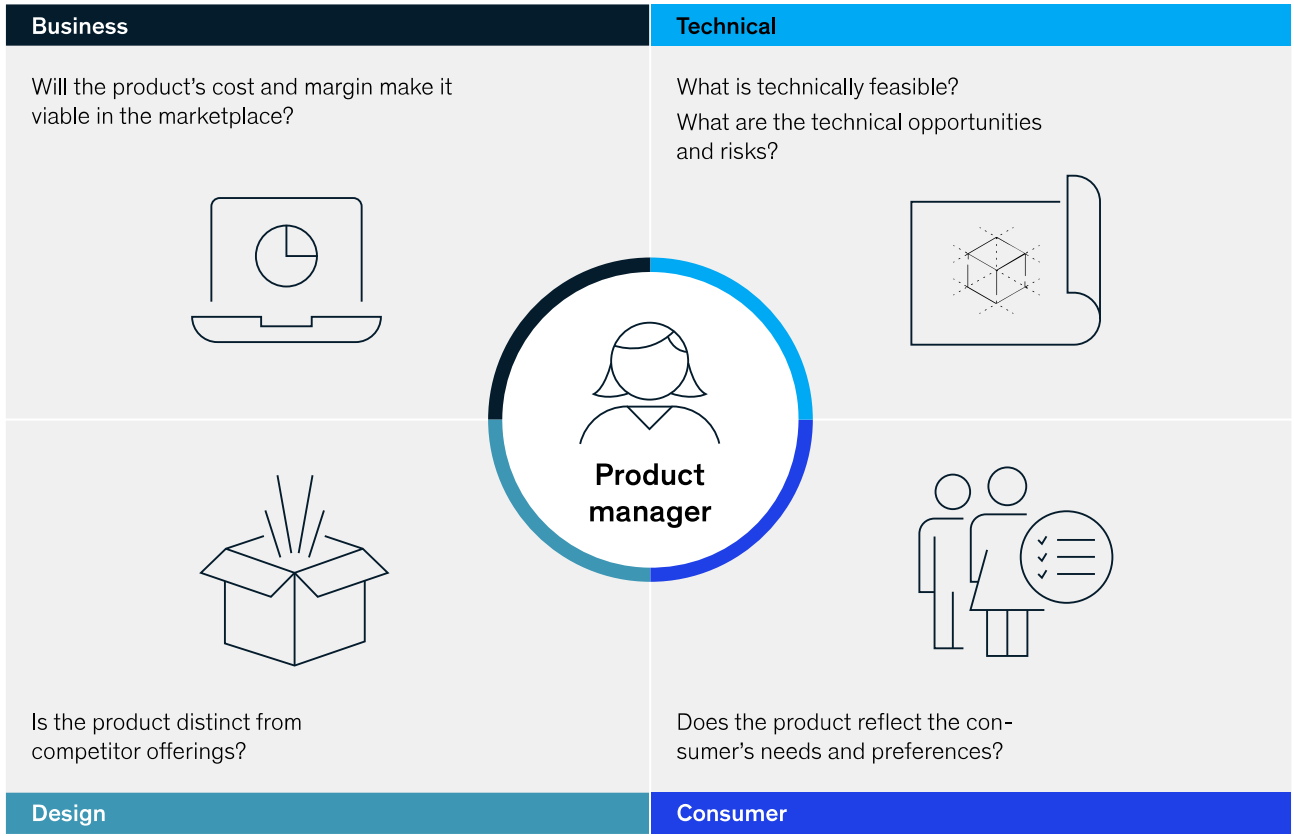


“Stubborn towards vision, flexible on details”



VÖRUFLOKKUR #1 – VÖRUÁHERSLUR







Stjórnskipulag og stefna



Vöruheilsa



Vegvísar

- ! Lítil áhersla sett á framsetningu **stefnumarkandi vörflokkaáherslna** (vegvísar)
- ! **Virðissköpun virðskiptavina** ekki sett í fyrsta sæti í mótun verkefna (outside-in)
- ! Ekki tekið nægilegt mið af **ytri markaðspáttum** og **samkeppnisáhrifum** (trends)



Stjórnskipulag og stefna



Vöruheilsa



Vegvísar



Hvað skal varast ?

Siggeir Örn Steinþórsson

